

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN 



**TESIS DOCTORAL**

**Los periodistas frente al poder político: discurso periodístico  
de valoración negativa de los políticos en Costa Rica  
(2011-2015)**

**MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR**

**PRESENTADA POR**

**Gustavo Román Jacobo**

**Directores**

**Félix Ortega Gutiérrez  
Antonio Bañón Hernández**

**Madrid, 2018**



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN  
INSTITUTO UNIVERSITARIO DE INVESTIGACIÓN  
ORTEGA Y GASSET

DOCTORADO EN PROBLEMAS CONTEMPORÁNEOS EN LA SOCIEDAD DE  
LA INFORMACIÓN

Tesis Doctoral

**LOS PERIODISTAS FRENTE AL PODER POLÍTICO. Discurso periodístico de  
valoración negativa de los políticos en Costa Rica (2011-2015)**

**GUSTAVO ROMÁN JACOBO**

Directores de la Tesis

**DR. FÉLIX ORTEGA GUTIÉRREZ**  
Universidad Complutense de Madrid

**DR. ANTONIO BAÑÓN HERNÁNDEZ**  
Universidad de Almería

Madrid, 2017



*A Belén.*

*Fuimos a Madrid en pos de un sueño académico y regresamos con vos, más hermosa  
que cualquiera de nuestros sueños.*



## AGRADECIMIENTOS

Es paradójico que en las tesis doctorales se dediquen menos de dos páginas a la que, en un sentido práctico, es la descripción de las variables explicativas de su consecución. Las personas que de seguido, y de una forma inadecuadamente escueta, refiero, ayudaron (en algunos casos de forma decisiva) a que una borrosa idea en 2011 se convirtiera, cinco años después, en un trabajo de investigación digno de ser defendido en la biblioteca del mayor de los filósofos en lengua castellana de la historia y bajo la tutela de la Universidad del Cardenal Cisneros, lo que para mí es un honor.

Quiero agradecer, primero, a mis codirectores, Félix Ortega y Antonio Bañón. Su guía fue oportuna, considerada, respetuosa. Su agudeza académica y docente impidió, en varias ocasiones, que el texto desbarrancara y ambos toleraron los necesarios “sacrificios” que exigió mi estrategia para abordar el objeto de estudio, a medio camino, esta, entre la sociología y la lingüística. En el mismo sentido mi gratitud a la Fundación Ortega y Gasset – Gregorio Marañón, especialmente a Sara Sánchez, Pilar Lorrio y Eva Pérez, en la gestión administrativa, y a Cristóbal Torres y Esther del Campo, por su calidez, comprensión y estímulo.

Por otro lado, no quiero dejar de mencionar la alegría y talante festivo con el que distintas personas hicieron de nuestros años en Madrid una inolvidable experiencia de vida. Además de compañeros del máster, como Inés Mora, Carles Salom, Miguel Macías, Alba Alonso, Ana Cabrera, Montse Ferrero, Angie González, Luis Tejero y Andrea Santiago, a nuestros queridos amigos Ana, Maite y Ale, lo mejor, con diferencia, de Valladolid, Guipúzcoa y Tenerife. Mi gratitud especial hacia aquellos que, además, me prestaron su apoyo y auxilio desinteresados en momentos álgidos: Wendy González, Diego Leal, Raquel Chanto y Ximo Albors.

De igual manera en Costa Rica nunca me faltaron brazos que remaran con (y hasta por) los míos cuando el cansancio o el desánimo me vencían. Muchos en mi tierra fueron el viento de mis velas. Mi jefe Luis Antonio Sobrado, quien tras dirigir mi tesis de grado en Derecho, me llevó al Tribunal Supremo de Elecciones (TSE) y luego respaldó mis estudios en Europa. Ser parte del reducido grupo de profesionales que él reclutó y por cuya especialización veló, es uno de los mayores honores de mi vida. Mi queridísimo amigo y fiador, Hugo Picado, ejemplo a seguir desde mi niñez y quien inspiró en mí el

deseo de estudiar en España. A ellos se suman mis compañeros del TSE, amigos que no merezco, pero entre los cuales (que son muchos) quiero agradecer especialmente a Juan Luis Rivera, Mario Matarrita, Ale Robles y Erick Guzmán, que no han dudado en arrimar el hombro cuando ha hecho falta y ponerle el pecho a las balas por mí, y a Diego Brenes, quien junto a la querida Amelia Brenes se encargaron de darnos una cálida bienvenida a España justo cuando ellos acababan su estancia allá. Gracias también a Giannina Aguilar, Cedric Solano y Alex González, por sus generosas colaboraciones en la elaboración de la tesis. Cierran el círculo de mi familia electoral mis otros jefes, que creyeron en mí y apoyaron mi proyecto de estudios, Eugenia Zamora, Max Esquivel, Zetty Bou y Mario Seing.

También en Costa Rica, pero fuera del TSE, quiero reconocer el aporte de un pequeño grupo de intelectuales, académicos y periodistas de primerísimo nivel que participaron y contribuyeron en este proceso, ya fuera con sus escritos, con su amistad, con sus consejos o con largas conversaciones sobre el tema, unas veces en Madrid, otras en San José y no pocas por Internet: Constantino Urcuyo, Jorge Vargas, Vilma Ibarra, Leonardo Garnier, Gabriela Arguedas, Alejandro Fernández y Gina Sibaja. ¡Gracias!

Por último, mi círculo más íntimo, mi lugar en el mundo, mi tribu. Mami y papi, con esta tesis doy por cerrados los estudios formales que inicié cuando, en 1986, me matricularon en el Jardín de Niños Juan Rafael Mora Porras. En todas esas etapas, a lo largo de 30 años, de una u otra forma, me han apoyado y, sépanlo, han sido una de mis principales razones para perseverar. No menos puedo decir de Moni, Juanca y Nati, siempre ahí para mí. Los quiero muchísimo. Y a vos Karla, mi amor, con quien la ilusión compartida de una vida juntos ha dado frutos entre tanto cariño, comprensión, lágrimas y esfuerzo como nadie imagina, gracias, gracias por acompañarme, por hacerlo conmigo, por resistir y creer. Eso, y ninguna otra cosa, es amar.

San Pablo de Heredia, Costa Rica,

30 de diciembre de 2016

<b>LISTA DE ABREVIATURAS .....</b>	<b>7</b>
<b>LISTA DE INFOGRAFÍAS .....</b>	<b>9</b>
<b>RESUMEN EN INGLÉS.....</b>	<b>11</b>
<b>RESUMEN EN ESPAÑOL .....</b>	<b>15</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>19</b>
<b>PARTE PRIMERA.....</b>	<b>29</b>
<b>I. LAS COMPLEJAS RELACIONES ENTRE POLÍTICOS Y PERIODISTAS/MEDIOS DE COMUNICACIÓN: PERSPECTIVAS TEÓRICAS .....</b>	<b>31</b>
1. PUGNA POR EL CONTROL SOBRE EL ESPACIO PÚBLICO: .....	31
2. COMPETENCIA POR EL PODER SIMBÓLICO:.....	55
3. CONFLICTO POR LA REPRESENTACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA:.....	74
4. <i>Excursus</i> : IDENTIDAD PROFESIONAL, MISIÓN Y OBSTÁCULOS: .....	86
5. BALANCE GENERAL: .....	100
<b>II. CRÍTICA Y RECHAZO DE LA POLÍTICA: LAS EXPRESIONES DEL MALESTAR.....</b>	<b>109</b>
1. LA CRÍTICA A LA CLASE GOBERNANTE Y AL ESTADO:.....	109
2. LA DESCALIFICACIÓN DE LA ACCIÓN POLÍTICA:.....	116
3. EL ANTIPARTIDISMO: .....	135
4. LA NEGACIÓN DE LOS POLÍTICOS: .....	140
5. BALANCE GENERAL: .....	158
<b>III- ESTUDIOS DEL DISCURSO Y DISCURSO PERIODÍSTICO ...</b>	<b>163</b>
1. ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO DE TEUN VAN DIJK:.....	163
A) Cognición .....	164
a) Creencias:.....	164
b) Valores:.....	167
c) Modelos mentales: .....	168
d) Identidad: .....	172



B) Sociedad.....	175
a) Grupos:.....	175
b) Relaciones entre Grupos y Poder:.....	180
c) Élités: .....	183
d) Ideologías dominantes: .....	184
C) Discurso .....	184
a) Contexto y modelos de contexto (propiedades situacionales): .....	184
a') Dominio. ....	187
b') Tipo de evento comunicativo.....	187
c') Funciones. ....	187
d') Intención. ....	188
e') Propósito. ....	189
f') Rol de participante.....	189
g') Rol profesional.....	189
h') Rol social. ....	190
i') Afiliación, pertenencia e ideología. ....	190
j') Participantes ausentes. ....	191
b) Reproducción: .....	192
c) Persuasión: .....	195
d) Legitimación/deslegitimación: .....	201
D) Van Dijk sobre el discurso periodístico.....	205
a) Ideologías en la prensa e ideología profesional de los periodistas: 205	
b) Estructura de la noticia y funciones de sus partes: .....	209
c) Producción/comprensión de la noticia y modelos de contexto:.....	213
d) Manipulación: .....	216
2. TEORÍA DE LA VALORACIÓN DE JAMES MARTIN Y PETER	
WHITE: .....	218
A) Actitud: .....	219
a) Afecto:.....	219
b) Juicio:.....	220
c) Apreciación: .....	221
B) Compromiso: .....	221
C) Gradación:.....	224

3. ¿SON COMPATIBLES ESTOS DOS ENFOQUES DEL DISCURSO?:	226
<b>PARTE SEGUNDA</b>	<b>227</b>
<b>IV. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>229</b>
1. OBJETO DE ESTUDIO Y PROBLEMA	229
2. OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS	229
3. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN E HIPÓTESIS	230
4. CASO DE ESTUDIO Y MUESTRA/ <i>CORPUS</i>	230
5. MÉTODO	237
A) El Análisis Crítico del Discurso y la Teoría de la Valoración:	237
B) Técnicas complementarias:	239
a) Revisión bibliográfica:	239
b) Entrevistas a expertos:	239
c) Entrevistas en profundidad:	240
<b>V. EL CONTEXTO POLÍTICO Y MEDIÁTICO DE COSTA RICA..</b>	<b>243</b>
1. CONCENTRACIÓN DE LA PROPIEDAD	244
2. DIVERSIFICACIÓN DE PLATAFORMAS	247
3. GRADO DE CONFIANZA/CREDIBILIDAD (MEDIOS)	249
4. LEGISLACIÓN PRO LIBERTAD DE PRENSA	251
5. DESREGULACIÓN DEL MERCADO DE MEDIOS	252
6. IDENTIFICACIÓN/DESALINEAMIENTO PARTIDARIO	257
7. FRAGMENTACIÓN DEL SISTEMA DE PARTIDOS	257
8. GRADO DE CONFIANZA/CREDIBILIDAD (POLÍTICOS, PARTIDOS E INSTITUCIONES PÚBLICAS)	258
9. PERCEPCIÓN DE LA CORRUPCIÓN (POLÍTICOS, PARTIDOS E INSTITUCIONES PÚBLICAS)	259
10. GRADO DE SATISFACCIÓN CON LA DEMOCRACIA	260
<b>PARTE TERCERA</b>	<b>269</b>
<b>VI- RESULTADOS</b>	<b>271</b>
1. LA REPRESENTACIÓN DISCURSIVA DE LOS POLÍTICOS EN TELENOTICIAS	271
A) Deslegitimación:	272
a) Déficit Moral:	272

b) Déficit técnico/intelectual: .....	273
c) Déficit Cultural: .....	274
d) Déficit político: .....	275
B) Legitimación: .....	276
a) Alineación estratégica: .....	276
b) Invocación de la opinión pública: .....	279
c) Apelación a conocimiento técnico: .....	280
d) Reivindicación del rol de la prensa:.....	280
C) Asunción -simbólica- de rol gubernamental:.....	281
a) Catastrofismo: .....	281
b) Dilación: .....	282
c) Participación: .....	282
d) Caudillaje: .....	283
2. LA “LEY MORDAZA” EN VERSIÓN DEL DIARIO EXTRA .....	284
A) Manipulación sobre la memoria de corto plazo: .....	284
B) Manipulación sobre la memoria de largo plazo:.....	286
C) Macroproposiciones ideológicas y contracción dialógica: .....	289
D) Propósito de esas estrategias: .....	292
3. EL “ESPIONAJE A PERIODISTAS” EN VERSIÓN DEL DIARIO EXTRA.....	296
A) Manipulación sobre la memoria de corto plazo: .....	297
B) Manipulación sobre la memoria de largo plazo:.....	298
C) Macroproposiciones ideológicas y contracción dialógica: .....	305
D) Propósito de esas estrategias: .....	310
4. ¡A VIVA VOZ! ENTREVISTAS SOBRE EL OBJETO DE ESTUDIO .....	319
A) La naturaleza del oficio periodístico: .....	321
B) La valoración periodística de los políticos: .....	330
C) La valoración e imagen general de la prensa: .....	339
D) Síntesis brevísima: .....	343
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>345</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>369</b>
<b>OTRAS FUENTES DE CONSULTA .....</b>	<b>383</b>

<b>LISTA DE ANEXOS .....</b>	<b>387</b>
------------------------------	------------



## **LISTA DE ABREVIATURAS**

**ACD** Análisis crítico del discurso

**COLPER** Colegio de Periodistas

**DIS** Dirección de Inteligencia y Seguridad

**MP** Ministerio Público (Fiscalía)

**N/A** No aplica

**OIJ** Organismo de Investigación Judicial

**RSF** Reporteros sin Fronteras

**TN7** Telenoticias de Canal 7

**TV** Teoría de la valoración



## LISTA DE INFOGRAFÍAS

Infografía 1 .....	192
Infografía 2 .....	205
Infografía 3 .....	225
Infografía 4 .....	284
Infografía 5 .....	319
Infografía 6 .....	364
Infografía 7 .....	367





## RESUMEN EN INGLÉS

The research entitled “**JOURNALISTS AND POLITICAL POWER - *Journalistic discourse of negative appraisal of politicians in Costa Rica (2011-2015)***” is a thesis on journalistic discourse, specifically that of negative appraisal of individuals with political responsibility. This research is concerned with the purpose and strategies of such journalistic discourse. It fits into the interpretive model, as it aims to understand the phenomenon under research, without intending to find the explanatory causes of it. Consequently, the theoretical and methodological framework falls within the scope of social constructionism, using a mainly qualitative methodology. The methodological techniques used are discourse analysis (manual) and focused interview; the latter is used complementarily to triangulate results. Most of the empirical work conducted is based on those analyses, which are framed within critical discourse studies, specifically, the theoretical contributions of Teun van Dijk. Additionally, in line with appraisal discourse studies, the contributions of James R. Martin and Peter R. White’s Appraisal Theory are included as a very appropriate complement to operationalize some central Critical Discourse Analysis (CDA) categories. Finally, Merton’s focused interview is used as another more intimate and flexible “window” to view the different perceptions and interpretations that different actors, mainly journalists and politicians, have about their complex relationship.

This is a case study of Costa Rica, conducted during the five-year period between 2011-2015. To observe the phenomenon under study, two media were selected: a television newscast and a tabloid; specifically, the audiovisual editorials of the former and the news articles of the latter were examined. These are the kinds of traditional media that continue to lead social communication in Latin America; in fact, they are the primary source of political information in Costa Rica. Although two media have been selected, three samples have been analyzed. In the case of the “Diario Extra” tabloid, two different news articles have been analyzed separately. First, the news about a bill (described as a “gag”) and secondly, the news of a telephone tracking conducted by judicial authorities on one of the tabloid journalists.

This thesis is a contribution to a vast tradition of studies on media and journalistic discourse. Important researches on the nature of information and news production processes were published in the 1970s and 1980s. The most relevant researches were

framed within Goffman, Berger and Luckmann's interpretive perspective on the construction of social reality. These researches recognized that the journalist and the newspaper do not only play the role of information gatekeepers, but also of information producers. In this perspective, events are not considered as objective phenomena, isolated from their symbolic production. On the contrary, they are referents adapted to formats previously established according to the several information production logics. Such logics crystallize as routines that may respond to diverse criteria, including those of guilds. The above-mentioned pioneer works made way for critical discourse studies applied to news and journalistic products, in general. Based on this approach, messages are no longer studied in isolation, but they are interpreted within their productive and receptive context. Those analyses are transdisciplinary and view language as a vehicle for consolidating dominant positions.

Van Dijk studies journalism as a legitimator (or delegitimator) of social actors. He focuses on ideological reproduction in media discourse. In addition, McQuail (1992) had already indicated the increasing importance of ideology in news analysis and how content analysis was insufficient to that purpose. McQuail also referred to the possibility of detecting ideology, by stating that "the appraisal approach is accepted to be always underlying word and phrase choice (...), and that such appraisal approach allows decoding" (1992:333). As a matter of fact, CDA is the ideal theoretical and methodological perspective to detect ideology because it enables in-depth study and a better understanding of what was basically already known: since the beginning of the 1980s, studies on media performance showed that information practices will "legitimate some sources and actors, while stigmatizing others. Information practices will also resort to shared meanings and will often operate to shut the door to opposite or dissident perspectives on events" (1992:337). The empirical results found in this thesis do not only confirm the theoretical expectations mentioned above, but they also enrich them (by broadening the understanding of other dimensions of this phenomenon) and specify them (by revealing the mechanisms used to this end).

In addition to being based on the CDA approach, the "harvest" obtained in this thesis has the advantage of daring to keep a distance from usual positions adopted in these studies: CDA-based works tend to view journalists and politicians as a single elite defending a hegemonic ideology. Moreover, researches are focused on unraveling the use of language as a mechanism of power exercised by those elites over oppressed groups,

such as immigrants. The point of departure from that trend is to consider that the cooperation between those elites in the media scenario does not either hinder rivalry or ensure complete agreement between the symbolic media elites (editors, reporters and well-known columnists of higher rank) and other groups of the ruling class (e.g. politicians) in all matters. In this respect, this thesis is not about the use of language in relationships of oppression, but in relationships of power between conflicting groups and social elites.

Regarding the journalistic discourse of negative appraisal of individuals with political responsibility, this thesis is concerned with two aspects that require to be defined. To this purpose, it is advisable to clarify first what is not the focus of this research: this research is not focused on the effects of such journalistic discourse. This is not a thesis about media effects. Neither is it an ethics appraisal of journalists' attitudes nor an assessment of the extent to which politicians "deserve" criticism or even the contempt included in such discourse (without prejudice that due to the meaningfulness of its interpretation, it would require ruling out that the Costa Rican press is under political attack or repression). Finally, this thesis does not either intend to weigh each one of the potential motivations that journalists may have in discourse production. In fact, this is a delimitation drawn from the progress of this research.

The first chapter of this thesis, based on bibliographic review, showed early evidence that there are many different reasons for journalists to render such kind of discourse. Likewise, it was noted that many of those reasons have already been extensively researched before (e.g. political parallelism or the profitability of negativism). Therefore, the motivation deemed as most important, and at the same time, less studied (although it is not the only motivation behind this discourse) was selected to be the focus of this research. It is the one that links the discourse under study with the social identity of journalists. As it is the less known motivation related to the journalistic discourse of negative appraisal of politicians, it is also the one that lacks more detailed research and specification: It is the motivation related to the journalists' defense of their own professional identity.

The general objective of this work, the question it intends to answer and the hypothesis it stems from, is the attempt to determine the purpose (specially, the less studied one) that journalists have during the development of their discourse, as well as the strategies used to that end. It means that this research is concerned with the underlying

intentions or motives of discourse, an aspect of academic interest in media performance studies (McQuail, 1992) and discourse studies (Calsamiglia & Tusón, 2012). The hypotheses can be explained in two statements. First, this discourse aims at legitimating journalists. Second, during its construction, the positive beliefs about journalists (which belong to their social identity) fit into the socially-shared, negative beliefs about politicians, concealing their legitimating purpose.

The above-mentioned expectation might be contradicted by reality. The empirical evidence that would force to reject the first hypothesis (and that would of course render the second hypothesis meaningless), is that a discourse of negative appraisal of politicians can be found, which does not delegitimize them or, otherwise, that such a discourse might delegitimize politicians together with all the rest of political actors who share the same responsibility for national problems (including the labor and trade-union sectors and the media, etc.) Another possibility is that this discourse could at least not legitimate journalists while giving a negative appraisal of politicians and delegitimizing them only. The outcome of the empirical part, however, is that not only this political delegitimation discourse is paired with a journalistic legitimization discourse, but both discourses fit into each other in a way that the former (the negative) supports or provides the basis for the latter (the positive).

The discourse developed in the “Telenoticias” television newscast editorials is a journalistic legitimization discourse, which legitimates this television newscast and its journalists. Such discourse is made up of three movements (local strategies) structured into four microstrategies each. Politicians are delegitimized, journalists are legitimated and there is kind of an assumption (a symbolic one) held by journalists about the role of governors. Likewise, the discourse developed in the “Diario Extra” information notes is a journalistic legitimization discourse. It legitimates the newspaper (especially its owner and director) and journalists in general. This is achieved through short-term and long-term memory manipulation mechanisms, as well as through the direct expression of ideological macropropositions (including dialogic contraction mechanisms to reject alternative positions). In general, discourse production variations can be explained with two elements of the context model (social identity and audience), not considering the nuances, mitigation markers and considerations of the journalistic discourse in relation to political criticism, and adding the press legitimization movements.

## RESUMEN EN ESPAÑOL

La investigación **“LOS PERIODISTAS FRENTE AL PODER POLÍTICO. Discurso periodístico de valoración negativa de los políticos en Costa Rica (2011-2015)”** es una tesis sobre discurso periodístico. Específicamente sobre el discurso periodístico de valoración negativa de las personas con responsabilidad política. Una investigación interesada por el propósito y estrategias de ese discurso. Se inscribe en el modelo metodológico interpretativista, en la medida en que busca comprender el fenómeno que la ocupa sin aspirar a encontrar las causas explicativas de este. Consecuentemente, el marco teórico y metodológico se mantiene en el ámbito del construccionismo social, y con una metodología básicamente cualitativa. Las técnicas metodológicas empleadas son el análisis de discurso (manual) y, de forma complementaria, para triangular resultados, la entrevista en profundidad. Dichos análisis, que ocupan la mayor parte del trabajo empírico realizado, se enmarcan en el campo de los estudios críticos del discurso, específicamente con base en las aportaciones teóricas de Teun van Dijk. Adicionalmente, considerando que el que interesa es también un discurso de valoración, se integran los aportes de la Teoría de la Valoración de James R. Martin y Peter R. White, complemento muy adecuado para trabajar en los textos algunas categorías centrales del ACD. La entrevista en profundidad mertoniana, por último, es utilizada como otra “ventana”, más íntima y flexible, para asomarse a las diferentes percepciones e interpretaciones que los distintos actores, básicamente periodistas y políticos, tienen de su compleja relación.

Se trata de un estudio de caso. El caso es Costa Rica, en el quinquenio de 2011 a 2015. Para la observación del fenómeno se escogen dos medios, un telediario y un periódico tabloide, específicamente los editoriales audiovisuales de uno y las noticias de otro. Medios tradicionales que siguen siendo dominantes en la comunicación social en América Latina y que en Costa Rica son la fuente primordial de información política. Dos medios pero tres muestras, pues de las noticias de Diario Extra se analizan de forma separada las relativas a un proyecto de ley (que calificaron de “mordaza”) y las referidas a un rastreo telefónico que le hicieron autoridades judiciales a uno de sus periodistas.

La tesis es tributaria de una rica tradición de estudios sobre medios y discurso periodístico. En la década de los setenta y los ochenta aparecen importantes investigaciones sobre la naturaleza de la información y los procesos de producción

noticiosa, las más relevantes dentro de la perspectiva interpretativa de Goffman, Berger y Luckmann sobre la construcción de la realidad social. Estas reconocían en el periodista y en el periódico no solo la condición de *gatekeeper* de la información sino su condición de productores de la misma. Los eventos no son fenómenos objetivos, independientes de su producción simbólica, sino referentes adaptados a los formatos que previamente se han establecido en función de diversas lógicas de producción; lógicas que cristalizan en rutinas que pueden responder a criterios de diversa índole, incluidos los gremiales. Esos trabajos pioneros dieron paso a los estudios críticos del discurso aplicados a las noticias y, en general, a los productos periodísticos. En este enfoque los mensajes dejan de ser estudiados de forma aislada para interpretarse en su contexto productivo y receptivo. Estos análisis son transdisciplinarios y conciben el lenguaje como un medio para consolidar posiciones de dominio.

Van Dijk, en particular, estudia el periodismo como legitimador (o deslegitimador) de actores sociales. Le interesa, de forma particular, la reproducción ideológica en el discurso de los medios. Ya McQuail (1992) había advertido de la creciente importancia de la ideología en el análisis de las noticias y también de lo insuficientes que resultaban los análisis de contenido para ello. Además, señalaba la posibilidad de detectarla: “se admite que la orientación valorativa está siempre implícita en la elección de palabras y frases (...) y que esta orientación admite ser decodificada” (1992: 333). La perspectiva teórica y metodológica ideal para ello es el ACD, pues permite profundizar y comprender mejor lo que, muy básicamente, ya se sabía: los estudios sobre la acción de los medios, ya a principios de los años ochenta, permitían afirmar que las prácticas informativas “legitimarán a ciertas fuentes y actores y estigmatizarán a otros. También apelarán a significados compartidos y a menudo operarán para clausurar perspectivas opositoras o disidentes acerca de los acontecimientos” (1992: 337). Los resultados empíricos de esta tesis confirman esas expectativas teóricas, las enriquecen (en la medida en que amplían la comprensión de otras dimensiones del fenómeno) y las precisan (al poner en evidencia los mecanismos empleados para ello).

A lo positivo de esa “cosecha” no solo contribuye el enfoque del ACD, sino, también, la distancia que esta tesis se atreve a tomar de lo que es usual en esos estudios: en los trabajos con ACD se tiende a ver a los periodistas y a los políticos como una sola élite que defiende una ideología hegemónica y las investigaciones se concentran en desentrañar el uso del lenguaje como mecanismo de poder de esas élites sobre grupos

oprimidos, como, por ejemplo, los inmigrantes. El punto en el que aquí se toma distancia de esa tendencia, parte de la consideración de que esa cooperación entre elites, en el espacio de los medios, no impide que, a la vez, haya rivalidad entre ellas ni asegura, en consecuencia, que las élites simbólicas de los medios (redactores, reporteros y columnistas destacados y de mayor jerarquía), siempre concuerden completamente, en todos los asuntos específicos, con otros grupos de la clase dominante (como los políticos). En ese sentido, esta es una tesis no sobre el uso del lenguaje en relaciones de opresión, sino en relaciones de poder entre grupos y elites sociales en conflicto.

Sobre el discurso periodístico de valoración negativa de las personas con responsabilidad política, en esta tesis, interesan dos aspectos. Y para delimitarlos conviene indicar, primero, qué es lo que no interesa: no interesan los efectos de ese discurso. No es una tesis sobre efectos de los medios de comunicación. Tampoco interesa valorar éticamente la actitud de los periodistas o qué tanto “merecen” los políticos las críticas y hasta el desprecio contenido en ese discurso (sin perjuicio de que, por ser interpretativamente relevante, se necesitara descartar que la prensa costarricense estuviera bajo ataque o represión política). No interesa, por último, determinar cuánto pesa cada una de las potenciales motivaciones de los periodistas en la producción de ese discurso. Una delimitación resultado del avance de la propia investigación. Ya en el primer capítulo, gracias a la bibliografía revisada, fue evidente que había muchas razones distintas para que los periodistas produjeran ese discurso. A la vez, se advertía que sobre varias de ellas se había investigado ampliamente (por ejemplo, el paralelismo político o la rentabilidad del negativismo). Se optó, entonces, por indagar sobre la motivación que se preveía más importante y, a la vez, menos estudiada, la que vincula ese discurso con la identidad social de los periodistas, sin que ello implique que se le conciba como la única motivación del mismo. De modo que esa es la decisión que orienta el lente investigador de esta tesis. Interesa la motivación del discurso periodístico de valoración negativa de los políticos sobre la que menos investigación se conoce, menos detallada y precisada: la relacionada con la defensa que los periodistas hacen de su identidad profesional.

En cuanto al objetivo general de este trabajo, la pregunta que aspira a responder y la hipótesis de la que parte, debe indicarse que se pretende determinar el propósito (especialmente el menos estudiado de ellos) con el que los periodistas desarrollan ese discurso y las estrategias que emplean para lograrlo. Ello implica que la investigación se



interesa por las intenciones o motivos no declarados del discurso, motivo de interés académico en los estudios sobre los medios (McQuail, 1992) y en los estudios del discurso (Calsamiglia y Tusón, 2012). Las hipótesis son, primero, que ese discurso tiene como propósito la legitimación de los periodistas y, segundo, que en su construcción las creencias positivas sobre los periodistas (propias de su identidad social), se articulan con las creencias socialmente compartidas negativas sobre los políticos, ocultando el propósito legitimador. Esta expectativa podría ser contradicha por la realidad. La evidencia empírica que obligaría a rechazar la primera hipótesis (y que lógicamente quitaría sentido a la segunda) es que se encontrara un discurso de valoración negativa de los políticos que no los deslegitime o, en su defecto, que los deslegitime junto a los demás actores políticos corresponsables de los problemas nacionales (patronal, sindicatos, medios de comunicación, etc.) o, por lo menos, que al valorar negativamente a los políticos y deslegitimarlos solo a ellos, no acompañe esa deslegitimación de un discurso de legitimación de los periodistas. Lo que se obtiene de la parte empírica, sin embargo, es que no solo ese discurso de deslegitimación de los políticos va acompañado de uno de legitimación de los periodistas, sino que, además, están articulados de tal forma que uno (el negativo) sostiene o es la base del otro (el positivo).

El desarrollado en los editoriales de Telenoticias es un discurso de legitimación. De legitimación del telediario y sus periodistas. Se compone de tres movimientos (estrategias locales) estructurados sobre cuatro micro-estrategias cada uno. Hay una deslegitimación de los políticos, una legitimación de los periodistas, y algo parecido a una asunción (simbólica) por parte de los periodistas del rol de gobernantes. El desarrollado en las notas informativas de Diario Extra es un discurso de legitimación. De legitimación del periódico (muy especialmente de su dueña y directora), y de los periodistas en general. Ello se hace a través de mecanismos de manipulación de la memoria de corto plazo y de mecanismos de manipulación de la memoria de largo plazo, así como mediante la expresión directa de macroproposiciones ideológicas (acompañadas de mecanismos de contracción dialógica para rechazar posturas alternativas). En general, dos elementos del modelo de contexto (identidad social y audiencia) explican la variación en la producción del discurso, quitándole al de los periodistas matices, atenuantes y consideraciones en su crítica a los políticos, y adicionándole los movimientos de legitimación de la prensa.

## INTRODUCCIÓN

Esta es una tesis sobre discurso periodístico. Específicamente sobre el discurso periodístico de valoración negativa de las personas con responsabilidad política. Una investigación interesada por el propósito y estrategias de ese discurso. Como estudio se inscribe en el modelo metodológico interpretativista, en la medida en que busca comprender el fenómeno que lo ocupa sin aspirar a encontrar las causas explicativas de este. Consecuentemente, el marco teórico y metodológico se procura mantener, sobre todo, en el ámbito del construccionismo social, y con una metodología básicamente cualitativa. Las técnicas metodológicas empleadas son el análisis de discurso (manual) y, de forma complementaria, para triangular resultados, la entrevistas en profundidad. Dichos análisis, que ocupan la mayor parte del trabajo empírico realizado, se enmarcan en el campo de los estudios críticos del discurso, específicamente con base en las aportaciones teóricas de Teun van Dijk. Su Análisis Crítico del Discurso (ACD), además de una perspectiva teórica y metodológica interdisciplinar, se asienta en una sólida teoría sobre la relación entre ideología y discurso. Esa atención especial al uso del lenguaje en las relaciones de poder y de conflicto entre grupos, lo pone en diálogo con la sociología de las profesiones.

Aunado a lo anterior, considerando que el que interesa es también un discurso de valoración, se integran los aportes de la Teoría de la Valoración de James R. Martin y Peter R. White, la cual, a pesar de haberse desarrollado dentro de la Lingüística Funcional Sistemática (con una comprensión del contexto distinta a la socio-cognitiva de Van Dijk), es un complemento muy adecuado para trabajar en los textos algunas categorías centrales del ACD, como son “representaciones polarizadas” o “cuadrado ideológico”. Muy útil, asimismo, para precisar los mecanismos mediante los cuales se “naturalizan” las posturas propias y se combaten las contrarias. La entrevista en profundidad mertoniana, por último, es utilizada como otra “ventana”, más íntima y flexible, para asomarse a las diferentes percepciones e interpretaciones que los distintos actores, básicamente periodistas y políticos, tienen de su compleja relación.

Podría serse más ambicioso. Podrían incorporarse, por ejemplo, los trabajos de Kay O'Halloran sobre análisis multimodal, y ello constituye una limitación del trabajo que, por honestidad intelectual, debe reconocerse: la no explotación de lo multimodal en los discursos. No se analizan las fotografías o el diseño gráfico del periódico, como tampoco

la intensidad tonal o la gestualidad de los editoriales del telediario. Es, debe aclararse, un análisis textual en el que los textos son reducidos a su base escrita, lo que necesariamente deja por fuera del análisis otras dimensiones del discurso. Pesa en esa decisión el factor tiempo (este es un doctorado en extinción, regulado por el Real Decreto 1393/2007), pero, además la conciencia de que toda investigación ha de reducir su campo de trabajo y la metodología en aras de ser rigurosa y no dispersar, concentrando sus esfuerzos en una perspectiva limitada pero más profunda, sin que sea posible agotar todas las posibilidades del objeto de estudio. En este caso, a la luz del material reunido, se valoró que expandir el lente de análisis reportaría menos “ganancia” que “coste” (sobre todo si ello hubiera implicado reducir el tamaño de las muestras): en los editoriales audiovisuales analizados no se cambia el plano, no hay música, los periodistas solo excepcionalmente realizan ademanes y no hay cambios en la mirada (que se mantiene dirigida a la pantalla). Otro tanto de lo mismo puede decirse de las noticias de periódico analizadas, a primera vista carentes en su diagramación, fotografías, etc., de uso estratégico alguno. En cualquier caso, es una limitación y así se reconoce. La segunda limitación tiene que ver con el aprovechamiento de las mencionadas entrevistas en profundidad. El material finalmente reunido (sin mencionar el esfuerzo que requirió la realización y análisis de cada entrevista) es de una amplitud y riqueza que superan en mucho el lugar que se le asignó a esta técnica en el diseño de la tesis y sus objetivos de triangulación. Una auténtica mina subutilizada. Y la tercera limitación de la tesis es la propia de la tradición metodológica del estudio de caso: tienen una reducida capacidad explicativa y de derivación de inferencias generalizables. Aunque se confirmara la hipótesis en la muestra, la validez de la inferencia solo alcanzaría al caso. En ese sentido, además de las características que más adelante se comentarán del problema de investigación (poco estudiado), por tratarse de un estudio de caso, más que contrastar las hipótesis, pretende sustentárseles teórica y empíricamente, y contribuir así a futuras investigaciones más amplias (los estudios de caso son el fundamento de los avances en ciencias sociales).

Como puede colegirse de esto último, se trata de un estudio de caso. La elección, como caso, de Costa Rica (en el quinquenio de 2011 a 2015) está justificada en el capítulo IV y en el V. Baste aquí indicar lo fundamental que resultó en esa escogencia el hecho de que en Costa Rica las principales empresas de medios son muy fuertes, mientras que los políticos y sus partidos son muy débiles. Fortaleza y debilidad en las relaciones entre sí. Fortaleza y debilidad en términos de capacidad de control de unos a otros. Esto es

importante para los objetivos de la investigación porque permite descartar una “variable” esperable del discurso de valoración negativa de la política por parte de los periodistas y los medios: que estén sufriendo acoso, persecución, restricciones u opresión de parte de los poderes públicos. No es, ni de lejos, el caso de Costa Rica. En virtud de que la tesis se presenta en una universidad española y ante doctores españoles, ello debe quedar claro: la correlación de fuerzas entre el sistema político y el sistema mediático costarricenses es muy diferente a la apreciable en España, empezando por lo raquítico del sistema de radiodifusión pública que tiene Costa Rica, lo agudamente fragmentado de su sistema de partidos o el elevado prestigio y credibilidad de que gozan los medios de comunicación en el país, por mencionar solo tres diferencias notables.

La justificación de los dos medios escogidos (un telediario y un periódico tabloide) para apreciar ese discurso periodístico también es desarrollada en el capítulo IV. Conviene aquí adelantar que se opta por medios tradicionales porque estos siguen siendo dominantes en la comunicación social en América Latina (Waisbord, 2014) y porque en Costa Rica son la fuente primordial de información política. Son tres muestras. Una de los editoriales audiovisuales de Telenoticias de 2011 a 2015, referidos a los más diversos temas, y las otras dos de las noticias de Diario Extra sobre un proyecto de ley (que calificaron de “mordaza”) y sobre el rastreo telefónico que le hicieron autoridades judiciales a uno de sus periodistas (ambos casos ocurridos entre finales de 2012 y principios de 2014). Esto debe explicarse: partiendo de que el objeto de esta investigación es el discurso periodístico de valoración negativa de las personas con responsabilidad política, en lugar de buscar todas las valoraciones posibles de los políticos por parte de los periodistas (como es el caso de los editoriales de TN7) se quisieron enfocar especialmente las valoraciones negativas y, para ello, el análisis se concentró en torno a dos acontecimientos político-mediáticos que enfrentaron al medio con, en un caso, políticos, y, en el otro, con personas con responsabilidad política (autoridades públicas del Poder Judicial). Ambos acontecimientos motivaron sendas campañas por parte del periódico (algo inusual en ese medio en particular y en la prensa costarricense en general). De modo que las tres muestras, como puede verse, están compuestas por productos periodísticos de diferente género y de diferentes medios, sobre hechos diferentes que, sin embargo, son relacionados por sus propios autores: la tercera muestra hace constante alusión a la segunda y uno de los editoriales del telediario vincula la primera muestra con la tercera (el editorial se emite a propósito de la resolución de la Sala Constitucional sobre el rastreo de llamadas).

Hechas las anteriores puntualizaciones sobre el caso escogido (y delimitado) para observar el fenómeno, conviene introducir la tradición de estudios sobre medios y discurso periodístico, de la que esta tesis es tributaria. En la década de los setenta y los ochenta aparecen importantes investigaciones sobre la naturaleza de la información y los procesos de producción noticiosa, las más relevantes (como la de Gaye Tuchman “La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad”) dentro de la perspectiva interpretativa de Goffman, Berger y Luckmann sobre la construcción de la realidad social. En palabras de De Moragas (2011: 113), “se reconoce en el periodista y en el periódico no solo la condición de *gatekeeper* de la información sino, más en profundidad, su condición de productor de la misma”. Por consiguiente, “los eventos no son fenómenos objetivos, independientes de la producción simbólica, sino referentes sometidos, adaptados, a los formatos que previamente se han establecido en función de diversas lógicas de producción”; lógicas que cristalizan en rutinas que pueden responder a criterios de diversa índole, incluidos los gremiales.

Esos trabajos pioneros dieron paso a los estudios críticos del discurso aplicados a las noticias y, en general, a los productos periodísticos. El autor de referencia de estos es Teun van Dijk. A partir de entonces, dice De Moragas (2011: 115-116), “los mensajes dejan de ser estudiados de forma aislada para interpretarse en su contexto productivo y receptivo”, en análisis caracterizados por la transdisciplinariedad y la crítica social, pues al lenguaje se le concibe como un medio para consolidar posiciones de dominio. De modo que “una de las aplicaciones más importantes del estudio crítico del discurso se producirá (...) en el análisis del periodismo como legitimador (o deslegitimador) de actores sociales”. Ello obedece, también, al particular interés de Van Dijk en la reproducción ideológica en el discurso de los medios. Medios y periodismo cumplen un rol institucional: de la misma forma en que las ideologías organizan la cognición de grupo, las instituciones ideológicas organizan las prácticas ideológicas (y a los actores sociales que las ejecutan). La sola condición de grupo, en algunas circunstancias, puede ser insuficiente para la coordinación efectiva de la acción y logro de los objetivos comunes. Lo mismo cabe decir sobre otras funciones, eficazmente realizadas por (o a través de) las instituciones, como la provisión/distribución de recursos, la aplicación de restricciones, la imposición o elección de líderes, entre otras. En la sociedad actual, esos roles (antes desempeñados protagónicamente por la iglesia, la escuela y la familia), están siendo asumidos, de forma cada vez mayor, por los medios.

Ya McQuail (1992) había advertido de la creciente importancia de la ideología en el análisis de las noticias pero también de lo insuficientes que resultaban los análisis de contenido para ello. Aunque a la parcialidad oculta e intencional la llama “propaganda”, lo relevante para esta tesis es que admite la posibilidad de detectarla “por determinados mecanismos de presentación y usos del lenguaje” (1992: 286): “se admite que la orientación valorativa está siempre implícita en la elección de palabras y frases (...) y que esta orientación admite ser decodificada” (1992: 333). La perspectiva teórica y metodológica ideal para ello es el ACD, pues permite profundizar y comprender mejor lo que, muy básicamente, ya se sabía: los estudios sobre la acción de los medios, ya a principios de los años ochenta, permitían afirmar que las prácticas informativas “legitimarán a ciertas fuentes y actores y estigmatizarán a otros. También apelarán a significados compartidos y a menudo operarán para clausurar perspectivas opositoras o disidentes acerca de los acontecimientos” (1992: 337). Como se verá en las conclusiones de esta tesis, sus resultados empíricos confirman esas expectativas teóricas, las enriquecen (en la medida en que amplían la comprensión de otras dimensiones del fenómeno) y las precisan (al poner en evidencia los mecanismos empleados para ello).

A lo positivo de esa “cosecha” no solo contribuye el enfoque del ACD (en cuyo valor aquí se insiste), sino, también, la distancia que esta tesis se atrevió a tomar de lo que es usual en esos estudios: en los trabajos con ACD se tiende a ver a los periodistas y a los políticos como una sola élite que defiende una ideología hegemónica y las investigaciones se concentran en desentrañar el uso del lenguaje como mecanismo de poder de esas élites sobre grupos oprimidos, como, por ejemplo, los inmigrantes. El punto en el que aquí se toma distancia de esa tendencia parte de la consideración de que esa cooperación entre elites, en el espacio de los medios, no impide que, a la vez, haya rivalidad entre ellas ni asegura, en consecuencia, que las elites simbólicas de los medios (redactores, reporteros y columnistas destacados y de mayor jerarquía), siempre concuerden completamente, en todos los asuntos específicos, con otros grupos de la clase dominante (como los políticos). En ese sentido, esta es una tesis no sobre el uso del lenguaje en relaciones de opresión, sino en relaciones de poder entre grupos y elites sociales en conflicto.

Aquí es oportuno puntualizar qué es exactamente lo que interesa en este trabajo respecto del discurso periodístico de valoración negativa de las personas con responsabilidad política. Y para ello es conveniente indicar, primero, qué es lo que no interesa: no interesan los efectos de ese discurso. Esta no es una tesis sobre efectos de los

medios de comunicación. Tampoco interesa valorar éticamente la actitud de los periodistas o qué tanto “merecen” los políticos las críticas y hasta el desprecio contenido en ese discurso (ello sin perjuicio de que, por ser interpretativamente relevante, se necesitara descartar que la prensa costarricense estuviera bajo ataque o represión por parte del Estado o de los políticos). No interesa, por último, determinar cuánto pesa cada una de las potenciales motivaciones de los periodistas en la producción de ese discurso. Esta es una delimitación resultado del avance de la propia investigación. Ya en el primer capítulo, gracias a la bibliografía revisada, fue evidente que había muchas razones distintas para que los periodistas produjeran ese discurso. A la vez, se advertía que sobre varias de ellas se había investigado ampliamente (por ejemplo, el paralelismo político o la rentabilidad del negativismo). Se optó, entonces, por indagar sobre la motivación que se preveía más importante y, a la vez, menos estudiada, la que vincula ese discurso con la identidad social de los periodistas, sin que ello implique que se le conciba como la única motivación del mismo. De modo que esa es la decisión que orienta el lente investigador de esta tesis. Interesa la motivación del discurso periodístico de valoración negativa de los políticos sobre la que menos investigación se conoce, menos detallada y precisada: la relacionada con la defensa que los periodistas hacen de su identidad profesional.

En relación con ese interés preciso, debe hacerse un paréntesis sobre una particularidad de la investigación: su lógica multidisciplinar que ha procurado vincular de forma provechosa las ciencias sociales y la lingüística, la sociología y los estudios críticos del discurso (mixtura a la que responde la codirección de los profesores Félix Ortega y Antonio Bañón, especializados, respectivamente, en la sociología de la profesión periodística y en el ACD). Esto exige un uso moderadamente flexible del lenguaje técnico, pretendiendo respetar la terminología del ACD y de la Teoría de la Valoración, pero, a la vez, procurando que no resulte oscura o de difícil comprensión para los sociólogos y politólogos, que son quienes más investigan sobre las relaciones entre prensa y política y que, se previsiblemente, serán mayoría en el tribunal examinador de la tesis. El caso más importante, a este respecto, es el de los términos "contexto" y "macrocontexto". El corazón teórico del ACD de Van Dijk es su teoría del contexto. "Contexto", para esa teoría, no son los factores que condicionan una situación o una relación (como los que se describen sobre Costa Rica en el capítulo V). Para esa teoría, "contexto" es la representación mental que cada hablante/escritor y cada oyente/lector

construye sobre cada evento comunicativo en curso o mientras acontece. Ese contexto, esa construcción cognitiva, es la que influye en la producción del discurso propio y en la comprensión del discurso ajeno. De modo que los factores objetivos que condicionan una relación no se proyectan directamente sobre el discurso, sino en la medida y en la forma en que sean representados mentalmente por los participantes de un evento comunicativo. Para facilitar la comprensión entre personas no familiarizadas con los trabajos de Van Dijk, se decidió en los análisis llamar "macrocontexto" a esos factores objetivos y reservar la categoría "contexto" o "modelo mental de contexto", para referirse al constructo mental que representa esos factores objetivos. Un tercer uso es el que aparece en los análisis de noticias de Diario Extra: ahí "contexto" es empleado por el mismo Van Dijk en un sentido periodístico y de parte estructural de la noticia, no en el sentido de la teoría del contexto.

Hecha esa acotación y previo a describir sucintamente la estructura de la tesis y algunos de sus logros, debe hacerse una puntualización más sobre el objetivo general de este trabajo, la pregunta que aspira a responder y la hipótesis de la que parte, así como dos aclaraciones terminológicas relevantes.

Respecto de lo primero, se pretende determinar el propósito (especialmente uno de ellos, como ya se dijo) con el que los periodistas desarrollan su discurso de valoración negativa de los políticos y las estrategias que emplean para lograrlo. Ello implica que la investigación se interesa por las intenciones o motivos no declarados de ese discurso. La intenciones escondidas en los productos periodísticos han sido motivo de interés académico en los estudios sobre los medios (McQuail, 1992) y en los estudios del discurso (Calsamiglia y Tusón, 2012). Si la comunicación misma puede resumirse como un proceso de interpretación de intenciones que, aún en sus formas más llanas, no está exento de equívocos, la complejidad es aún mayor cuando dentro de las finalidades de esta se encuentra la de ocultar, al menos en parte, sus propósitos ulteriores. No es esta una inquietud esotérica. Según Calsamiglia y Tusón (2012: 178-179) "es muy común que un mensaje sea portador de varias finalidades a la vez, o incluso que exista cierta contradicción entre las finalidades aparentes y las intenciones más privadas". No es inusual que "las finalidades particulares" sean "diferentes, incluso opuestas, a las finalidades sociales" de un evento comunicativo específico (como, por ejemplo, producir una noticia no para informar sobre el acontecimiento del que supuestamente trata, sino para persuadir a favor de una postura determinada). Tampoco es extraordinario que ello responda a un "plan" y que "al iniciar un intercambio comunicativo" se persiga "una



meta” de ese tipo. Para todo ello las categorías del ACD de Van Dijk, “plan” y “macroestrategia”, “manipulación” e “intención y propósito”, como dimensiones de los modelos de contexto, son óptimas.

Las hipótesis son, primero, que ese discurso tiene como propósito la legitimación de los periodistas y, segundo, que en su construcción las creencias positivas sobre los periodistas (propias de su identidad social), se articulan con las creencias socialmente compartidas negativas sobre los políticos, ocultando el propósito legitimador del discurso. Esta expectativa podría ser contradicha por la realidad. La evidencia empírica que obligaría a rechazar la primera hipótesis (y que lógicamente quitaría sentido a la segunda) es que se encontrara un discurso de valoración negativa de los políticos que no los deslegitime o, en su defecto, que los deslegitime junto a los demás actores corresponsables de los problemas nacionales (patronal, sindicatos, medios de comunicación, etc.) o, por lo menos, que al valorar negativamente a los políticos y deslegitimarlos solo a ellos, no acompañe esa deslegitimación de un discurso de legitimación de los periodistas. Lo que se obtiene de la parte empírica, sin embargo, es que no solo ese discurso de deslegitimación de los políticos va acompañado de uno de legitimación de los periodistas, sino que, además, están articulados de tal forma que uno (el negativo) sostiene o es la base del otro (el positivo).

En cuanto a lo segundo (las aclaraciones conceptuales), debe advertirse, primero, que, en general, se escribe de los periodistas y de los medios en que se desempeñan, en conjunto. Es decir, sin hacer mayores diferencias entre el discurso de los medios y el de los periodistas. Esto porque, “aun existiendo diferencias entre ambos, configuran una misma realidad institucional” (Ortega, 2006: 15). A lo largo de la tesis se explican, además, las razones que favorecen que, a la hora de valorar negativamente a los políticos, periodistas y dueños de los medios, aún con diferentes intereses, coincidan y se respalden. Y debe advertirse, además, el sentido amplio con el que, en general, se utiliza el término “políticos” en la tesis. A los políticos, Alcántara (2012: 83-88) los clasifica en cuatro arenas de desempeño: los electos por el voto popular (p.ej. diputados), los altos cargos de libre designación de la administración (p.ej. ministros), los puestos de responsabilidad orgánica y asesoría en el seno de los partidos (p.ej. líderes partidarios), y los que, en virtud de su prestigio o influencia, tras haberse desempeñado en alguno de esos tres campos, tienen un “efecto sombra” y pueden mantenerse activos en la vida política (p.ej. expresidentes). Si bien, en principio, se asume esta delimitación, se incluye también a los

jerarcas del Poder Judicial. Ello se justifica porque: **1)** popularmente estos altos funcionarios son incluidos en la categoría “gobernantes”; **2)** en la tradición interpretativista y para la producción/comprensión del discurso, no son relevantes los hechos en sí (ni los tecnicismos, claro), sino la forma en que son interpretados; y **3)** se presupone que el discurso que aquí interesa se dirige, también, contra estos funcionarios<sup>1</sup>.

Por último, una descripción sucinta de la estructura de la tesis y, sin adelantar las conclusiones, la mención de algunos de sus logros. La primera parte se compone de tres capítulos que constituyen el marco teórico del trabajo. El primero es sobre las relaciones entre prensa y política, desde el ángulo de una pugna por el control sobre el espacio público, una competencia por poder simbólico y un conflicto por asumir la representación de la opinión pública. El capítulo cierra con un apartado dedicado a la identidad profesional de los periodistas y las dificultades que su concesión práctica encuentra en la actualidad. El segundo capítulo versa sobre las expresiones de crítica y rechazo hacia los gobernantes, la política, los partidos y los políticos. Y el capítulo tercero hace una síntesis del ACD de Van Dijk, sus trabajos específicamente sobre discurso periodístico y la Teoría de la Valoración. En otras palabras, esta primera parte hace una revisión bibliográfica que permite concluir cuáles son las posibles motivaciones del desprecio de los periodistas hacia los políticos, el argumentario disponible en la sociedad para que los periodistas lo expresen, y las formas específicas de que disponen para transmitirlo y reproducirlo a través de los medios.

La parte segunda consta de dos capítulos. El cuarto presenta el diseño de la investigación, explica el caso de estudio, los dos casos de los que tratan las noticias de Diario Extra y las técnicas metodológicas utilizadas. El quinto, sobre contexto mediático y político de Costa Rica, cumple dos funciones. Una, justifica la escogencia de ese país como caso de estudio. Dos, describe las propiedades situacionales que hacen inteligibles las distintas interpretaciones de la realidad expresadas en los textos que se analizan. La parte tercera contiene el último capítulo, el sexto, con los resultados de los análisis discursivos aplicados a las tres muestras y con el informe de las entrevistas en

---

<sup>1</sup> Aunque la calificación de estas personas como “políticos” esté lejos de ser aceptada, Alcántara (que los ha llamado “políticos en la penumbra” y “representantes de la clase política”), explica que en el contexto iberoamericano la integración de cortes constitucionales y altos tribunales, a pesar de estar mediada por mecanismos de selección y concurso, con requisitos legales y de titulación, puede, en algunos casos, responder a criterios políticos que condicionarían tanto la orientación de los designados en el ejercicio de sus funciones, como la cesación de sus nombramientos en caso de que se aparten de ese accionar “esperable”. Así, “la evidencia señala que en muchos casos actúan como políticos” (Alcántara, 2012: 89-93).

profundidad y académicas realizadas. La tesis finaliza con una breve presentación de dieciocho conclusiones (por cierto que, debido a la voluminosidad de los anexos, que además de 16 archivos de video y 42 archivos de audio, incluyen 552 páginas dedicadas a los análisis de textos, estos no se reproducen en este documento en papel, sino solamente en versión digital disponible en el CD adjunto).

Finalmente, los mayores logros de este trabajo están resumidos en las conclusiones y no parece oportuno adelantar más que la confirmación de la hipótesis. Ello no obsta para que se destaquen otros logros conseguidos ajenos al objeto de fondo de la investigación: las herramientas metodológicas seleccionadas resultaron óptimas para relacionar un discurso de valoración con un proceso de reproducción ideológica, que ocurre en el marco de una competencia social entre élites en conflicto por poder simbólico. Las categorías de “macrocontexto” y “modelo contextual” fueron fundamentales para comprender la importancia de la información omitida, la identidad social y la intencionalidad de los textos, mientras que aspectos claves en el análisis crítico del discurso de Van Dijk, como son la selección léxica o los microargumentos, tuvieron en los sistemas de valoración, gradación y compromiso (especialmente los de contracción dialógica) de Martin y White, el andamiaje idóneo para su minuciosa aplicación sobre la microestructura de los textos. Fue un acierto, además, aplicar distintas matrices de análisis, con lentes específicos para cada género (editorial y noticia), por dos razones: porque eran distintas las categorías adecuadas para cada una y porque la convergencia y similitudes del discurso a florado en las tres muestras son, en sí mismas, evidencia de que existe (aunque expresado de maneras hasta cierto punto diferentes) un discurso periodístico de valoración negativa de las personas con responsabilidad política, motivado, al menos en parte, en las mismas razones de identidad e ideología profesional.

## **PARTE PRIMERA**



## **I. LAS COMPLEJAS RELACIONES ENTRE POLÍTICOS Y PERIODISTAS/MEDIOS DE COMUNICACIÓN: PERSPECTIVAS TEÓRICAS**

En este capítulo nos interesa comprender las relaciones históricas y sistémicas que han existido entre los periodistas/medios (televisión y prensa escrita, principalmente) y los políticos, en el desarrollo de las democracias representativas, desde tres grandes enfoques temáticos. Tras un cuarto apartado sobre las relaciones entre los medios y los periodistas (y la conciencia de rol de estos en relación con la política), se ofrece un balance general del tema.

### **1. PUGNA POR EL CONTROL SOBRE EL ESPACIO PÚBLICO:**

Hallin y Mancini (2008), aportan una explicación sistemática de las relaciones entre los medios y las autoridades políticas, en la que las características de los sistemas mediáticos y políticos se afectan mutuamente, y según la cual, a nivel global, el Estado ha ido perdiendo progresivamente su capacidad de control sobre los medios y la prensa, ocupando estos, en cambio, un lugar cada vez más preponderante sobre el espacio público. Sobre esta noción es imprescindible remitirse a Habermas (2004), que subraya el rol de la prensa escrita en el surgimiento de un nuevo “espacio público” en el siglo XVIII. Cuando la autoridad pública empezó a referirse menos a reyes y cortes, y más al floreciente y articulado sistema estatal que organizaba la jurisdicción y el monopolio de la violencia legítima, emergió paralelamente la “sociedad civil”<sup>2</sup>, dominio de las relaciones económicas privadas (permitidas por esa autoridad pública) y de las relaciones personales. Entre ambos ámbitos se constituyó (nutrido por, y expresado en, la prensa periódica), la “esfera pública burguesa”, un ámbito de crítica y diálogo sobre la sociedad y el Estado. Esa discusión guiada por la prensa en ese espacio público, definido desde entonces en oposición a la autoridad tradicional del poder real, habría impactado el diseño institucional de los Estados modernos, abriendo y transparentando sus instancias de decisión<sup>3</sup>. De modo que ya en la misma noción de espacio público está presente la tensión

---

<sup>2</sup> Concepto sobre el que se profundizará en el capítulo segundo.

<sup>3</sup> Thompson (1998) critica la reconstrucción del espacio público burgués de Habermas, por no sopesar adecuadamente las ausencias en esa esfera pública (excluyente de movimientos sociales populares y de mujeres) e idealizarla (al remarcar sus dimensiones racionales y obviar el carácter comercial y elementos sensacionalistas y difamatorios de mucha de la primera prensa. Grossi (2007: 28-31) sintetiza esas y otras críticas a la teoría habermasiana.

entre autoridad pública y prensa, tensión que, según Hallin y Mancini (2008), desde finales del siglo XX y bajo la impronta de la globalización neoliberal, está decantándose por un proceso de convergencia entre los distintos sistemas mediáticos<sup>4</sup>, tendiente a su homogenización con las características del modelo liberal<sup>5</sup>.

Ese proceso repercute en las relaciones entre los sistemas mediático y político, de los distintos países. Implica, entre otros cambios, la diferenciación del sistema mediático (el sistema de medios opera, cada vez más, de acuerdo con una lógica propia que desplaza la lógica de la política partidista) y la relajación progresiva del paralelismo político<sup>6</sup> (grado de correspondencia que hay entre la estructura del sistema de medios y el sistema de partidos). Resultados, ambos, de la comercialización<sup>7</sup> masiva de los medios (con una fuerte tendencia hacia la concentración de los mercados periodísticos<sup>8</sup>) y de la

---

<sup>4</sup> Crean una tipología de tres: el pluralista polarizado, el democrático corporativo y el liberal. En tanto tipos *ideales*, los sistemas de medios de países concretos (que no son internamente homogéneos ni estáticos) se ajustan a ellos solo de forma aproximada. Aunque advierten la imposibilidad de aplicar mecánicamente sus conclusiones a países distintos a los de los modelos analizados, admiten: **1)** que sus modelos revelan pautas de relación entre los sistemas mediáticos y los políticos, que podrían ayudar a enfocar fenómenos similares en otros sistemas; **2)** la similitud entre los países de América Latina y los mediterráneos (bajo desarrollo de la autoridad racional-legal e importante papel del Estado clientelar en la sociedad), países, además, en los que los cambios recientes descritos en las relaciones entre medios y clase política, “han sido especialmente dramáticos” (Hallin y Mancini, 2008: 115, 280); y **3)** que el modelo liberal es “interesante” para el estudio de la mayoría de los demás sistemas (“particularmente relevante” para los latinoamericanos), dada su creciente asimilación en el proceso de globalización (Hallin y Mancini, 2008: 279).

<sup>5</sup> Los autores hablan de “americanización”: “una cultura global del periodismo”, de influencia norteamericana, intensificada después de la segunda guerra mundial y no de forma azarosa: fue el resultado de un esfuerzo (“cruzada de la prensa libre”) concertado entre la Sociedad Americana de Directores de Periódicos y el Departamento de Estado. La promoción del concepto estadounidense de libertad de prensa y profesionalidad periodística, fue con objetivos políticos de contención contra el modelo soviético y con objetivos comerciales, ante la creciente globalización de las industrias mediáticas, que requerían la penetración y ampliación de nuevos mercados (Hallin y Mancini, 2008: 232-233). Los modelos norteamericanos de formación periodística también “han desempeñado un papel importante en el cambio de las culturas periodísticas de todo el mundo”, en la “difusión de técnicas, prácticas y valores”, y en la “creación de una cultura periodística global”. La globalización de la información, la reproducción de “mitos” comunes y la interacción entre periodistas de todo el mundo, también han sido significativas en el proceso (Hallin y Mancini, 2008: 235-236).

<sup>6</sup> El paralelismo se expresa: en los contenidos de los medios; en relaciones organizativas de estos con agrupaciones políticas y sociales; en la coincidencia de individuos que, además de trabajar en un medio, son políticos activos en un partido; en las filiaciones políticas de los periodistas y el curso de sus carreras; en el partidismo de las audiencias de los medios; y en las orientaciones y prácticas de los periodistas. La correspondencia exacta es cada vez menos frecuente (resultado del proceso de convergencia) y donde todavía existe, la asociación de los medios ya no suele ser con partidos específicos, sino con tendencias políticas más generales (Hallin y Mancini, 2008).

<sup>7</sup> Los autores ven entre las causas de este fenómeno, además de las antes señaladas, la alianza entre la publicidad y la industria periodística. En general, con la secularización de las sociedades, los periódicos trataron de atraer cada vez más lectores “a través de las fronteras tradicionales de grupos e ideologías, en un intento por ampliar sus mercados”. La consecuencia fue que los medios se “apartaron” del mundo de la política y se “acercaron” al mundo comercial (Hallin y Mancini, 2008: 249, 252).

<sup>8</sup> Diferenciación, independencia, competencia y sobrevivencia de las grandes organizaciones mediáticas, son para los autores procesos correlacionados.

secularización<sup>9</sup> de las sociedades. Es decir, los medios se emancipan de la política y fortalecen su capacidad de control sobre esta. Tendencia advertida de forma coherente a lo largo de los últimos cien años. Tan temprano como 1910 Weber (1992) ya advertía que la prensa había creado un tipo específico de ámbito de lo público (cambiando el sentido de este y de lo que debe hacerse público) y que ese cambio en las democracias había implicado para la prensa superar su postración respecto del poder político y ponerlo de rodillas ante ella<sup>10</sup>. El factor “comercialización” también es destacado por Bourdieu (1997), para el que la lógica de mercado, expresada en la competencia por la audiencia, colonizó, a través de la TV, al periodismo, el cual, a pesar de perder autonomía, ganó más influencia (de efectos negativos) sobre el campo político, que con ello también perdió mucho de su autonomía<sup>11</sup>. Y en palabras de Alcántara (2012), la relación entre medios y clase política ha cambiado radicalmente. La tradicional rendición de cuentas de esta, facilitada por aquellos, ha sido “superada”, pues hoy los medios pueden transformar la agenda gubernamental. Eso, en el siglo XXI, hace que tengan “cada vez más capacidad de controlar el poder” (2012: 197).

---

<sup>9</sup> Por secularización los autores entienden: desvinculación de los ciudadanos de creencias religiosas o ideológicas y decadencia de las instituciones basadas en esas creencias, que anteriormente estructuraron grandes áreas de la vida social, lo que resulta en una sociedad más fragmentada e individualizada. Este proceso tiene un impacto directo sobre las lealtades partidarias.

<sup>10</sup> Para Cebrián (1985: 20) el director de un periódico importante es la persona más temida y, por eso mismo, adulada que existe. Ello les alienta una soberbia que se transmite a sus redactores, que al entrevistar o pedir datos para una nota, “perdonan la vida” a sus interlocutores. Advierte que la prensa que se cree “Cuarto Poder” procura “gobernar desde las páginas de los periódicos” con una gran capacidad de presión, gracias a “sus potencialidades de denigración e insulto casi ilimitadas” (2009: 29). Por eso, “Cuando un periódico, por innoble que sea, tira seiscientos mil ejemplares, lejos de herir a su director se le invita a cenar” (2009: 192). Igual Gabilondo (2011: 91): la gente sabe que un medio “te puede hacer polvo” y algunos medios “se congratulan de ese miedo”. Esta idea de fondo, de unas empresas de comunicación muy poderosas, es cuestionada, en la actualidad, por Moisés Naím (2013). Para este autor, las empresas de medios (aún dominantes) han visto notablemente disminuido su poder, lo cual entraña mucha incertidumbre, también, para los periodistas respecto del futuro de su profesión. A pesar de la mayor concentración de la propiedad a partir de los años 90, estas multinacionales no han dejado de sufrir cuantiosas pérdidas económicas, debido a Internet, al surgimiento de micropoderes mediáticos y al creciente poder de los consumidores. La concentración de la propiedad no se traduce en una concentración del poder. Y si bien la influencia y reputación de los medios nunca fue paralela a sus ventas (los sensacionalistas son los más leídos pero, a la vez, poco creídos) aún esas “jerarquías” están hoy en cuestión, al igual que la profesión periodística, desbordada por los *blogs* o el “periodismo ciudadano” (2013: 314). En el mismo sentido Bassets (2013) ve en la crisis de la mediación periodística un cuestionamiento similar al de la mediación de la representación política, solo que aquel, en vez de ser llevado adelante por movimientos como el de los indignados, es liderado por organizaciones como *WikiLeaks*. La mediación hoy se percibe como expropiación.

<sup>11</sup> En el mismo sentido, Del Rey (1998: 214) se interesó por el impacto de la TV sobre el periodismo y sobre la democracia. Para el autor, el mayor poder de los periodistas consiste en que “regulan el acceso de los ciudadanos a los medios” y dan más o menos importancia a los asuntos en estos, generando un “efecto de deformación” en diferentes “campos”, pues los individuos derivan de su irrupción mediática una fama que no se corresponde con el prestigio que tienen en su medio profesional.



Para comprender ese cambio, el trabajo de Hallin y Mancini (2008) es central. Ellos lo ubican en el marco de las relaciones entre política y medios, marcadas por el pulso por controlarse mutuamente. Los medios, primero, fueron instrumentos propagandísticos de los partidos y organizaciones sociales. Posteriormente y como reacción a su progresiva independencia respecto de las agrupaciones políticas (principalmente en los países mediterráneos en los que habían estado unidos), se dio un marcado predominio del poder del Estado sobre la prensa<sup>12</sup>, sin que ello excluyera relaciones interesadas de cooperación entre políticos, periodistas y propietarios de los medios. Así también, fuera del ámbito mediterráneo, la primera reacción estatal a la emancipación de los medios, según Thompson (1998), fue la imposición de tasas especiales y licencias para frenar la proliferación de periódicos y quebrar a los que no contaran con respaldos de capital significativos. En ese marco se escenifican las primeras reivindicaciones por la libertad de prensa, que provocan la paulatina abolición de las tasas confiscatorias durante el siglo XIX. Esas luchas fueron determinantes en la emergencia de los Estados constitucionales, cuyos ideólogos liberales y demócratas defendían la libertad de prensa por considerarla una protección indispensable frente al ejercicio despótico del poder estatal<sup>13</sup>.

La tensión por el control sobre el espacio público fue también, a partir de entonces, la disputa sobre qué debe ser público. Para Thompson (1998) qué debe estar expuesto al público y qué puede legítimamente ser privado (secreto) es una cuestión en la que los medios y el mundo de la política se enfrentan, e históricamente ha habido una relación

---

<sup>12</sup> Poder que se concretaba en *control*. Control a través de: leyes que penalizaban las “ofensas” al jefe de Estado; presiones legales sobre los propietarios de los medios; procesos a periodistas por difamación de cargos públicos; control sobre la producción del papel; exenciones de impuestos; reducciones de tarifas de servicios públicos a los periodistas y, para la compra de suministros básicos, a los medios; financiamiento, mediante la banca estatal, de la adquisición de medios por particulares; cargos públicos ofrecidos a periodistas; pauta de publicidad gubernamental; y prerrogativas del poder público para secuestrar publicaciones o cerrarlas por “ofensas al presidente”. Todo lo anterior sumado, además, al importante papel del Estado como propietario de medios. Entre los elementos del control estatal sobre los medios, debe añadirse que en Europa (a diferencia de Estados Unidos), los medios fueron conceptuados (y aún lo son en cierta medida) como una institución social sujeta a una fuerte regulación en aras del interés público (censura de la incitación al odio, limitaciones a la comunicación política y publicación de encuestas, protección de la privacidad) (Hallin y Mancini, 2008: 110-112). No es de extrañar que actualmente la intervención del Estado en el mercado de los medios, sea interpretada, no como una forma de potenciarlos como servicio público, sino como “un intento cínico de ejercer un control político” (Hallin y Mancini, 2008: 116). La globalización, en todo caso, ha “desbaratado” las relaciones entre el Estado y los medios (como ocurrió con la expansión en los 80 de la tv por cable y vía satélite), además de limitar las posibilidades legales de aquellos para regular estos (Hallin y Mancini, 2008: 243, 251, 265-266).

<sup>13</sup> La libertad de prensa queda consagrada en la primera enmienda a la Constitución estadounidense (1791), en las constituciones francesas posrevolucionarias (1791 y 1793) y, al final del siglo XIX, ya es una normalidad constitucional en los Estados occidentales.

entre las formas de gobierno y la visibilidad o invisibilidad del poder. El Estado constitucional limitó la invisibilidad del poder y los procesos de decisión se volvieron más públicos. Tendencia intensificada por Internet. Según Cotarelo (2012) el ciberespacio, “nueva ágora mundial”<sup>14</sup>, obliga a redefinir la esfera pública, el funcionamiento de la democracia y “la eficacia y legitimidad de lo secreto, hasta ahora uno de los pilares de todo poder político que está perdiendo su valor” (2012:15-18). El ciberespacio tiende a la transparencia y el mayor problema con la articulación del secreto en él lo encuentra el mundo político. La política tiene una lógica militar y en la guerra el secreto es condición necesaria para la victoria, ya sea en la competencia interpartidista o en el gobierno, de cara a la oposición o a la opinión pública. Pero la concepción ideal de la democracia plantea la identidad gobernantes/gobernados, y en una relación de identidad no cabe el secreto. Es esa tensión la que ha intensificado Internet, trastocando las relaciones entre gobernantes y gobernados, empoderando en estos últimos “una actitud de confrontación en la que (...) los ciudadanos exigen y consiguen por sus propios medios un control de la acción política de sus gobernantes que estos no solamente no favorecen sino que tienden a evitar a toda costa” (2012:25-26).

Sin embargo ya antes de Internet, ese “equilibrio de fuerzas”, como se adelantaba al principio, empezó a resquebrajarse a consecuencia de la mencionada secularización de las sociedades y comercialización masiva y global de los medios (Hallin y Mancini, 2008: 247-249). Esta última posible gracias al otro gran factor del proceso: la desregulación. Como apunta McQuail (1998) el “conflicto fundamental” entre el control por parte de las autoridades y la demanda de los medios de “una libertad de expresión sin restricciones” (1998: 34)<sup>15</sup>, ha desplazado su punto de equilibrio de la represión a la regulación y (por influjo del liberalismo de mercado), de esta a la desregulación liberalizadora. Siendo la

---

<sup>14</sup> Nuevo espacio público que permite una difusión con mayor alcance que en cualquier época anterior, crea una “sinergia informativa” con los medios tradicionales y los incita a la inmediatez informativa y la precipitación.

<sup>15</sup> Por ejemplo, Bassets (2013: 28) dice que “una de las ideas clásicas de este oficio es que la mejor legislación sobre prensa es la que no existe” y propone como ideal “un sistema de comunicación autorregulado”. Eso, a pesar de reconocer que “el periodismo es un poder que fácilmente puede incurrir en abuso, como le sucede a todo poder cuando no está debidamente limitado y refrenado” (2013: 194) y de poner a Rupert Murdoch como ejemplo de quienes propugnan “un periodismo por encima de la legalidad” (2013: 174). Cebrián (2009) admite violaciones a la intimidad y frecuente utilización de métodos ilegales para la obtención de la información, amparándose en la libertad de expresión. Y sin embargo, considera que en el sistema mediático el papel del Estado debe reducirse a las regulaciones mínimas y estima que cualquier intervencionismo responde a deseos de manipulación política (por ejemplo, acusa en las regulaciones del espectro radioeléctrico una nueva forma de control del poder político sobre los medios). Randall (2008) dice que los periodistas como gremio tienen en común el resistirse o eludir los controles gubernamentales.

tendencia general, la presión a favor de la abstención o reducción de la intervención pública en la comunicación, los medios privados no cargaban ya a finales de siglo más que con un “simple aliento de fines culturales y educativos” deseables. Y aunque ello sea parte del pulso entre medios y políticos, también ejemplifica sus relaciones de connivencia. Según Hallin y Mancini (2008) el hecho de que en los países mediterráneos (a diferencia de los del modelo Democrático Corporativo), con la “desregulación salvaje”, no se haya limitado la concentración de propiedades mediáticas (tema sobre el que también profundizaremos luego), se debe a las alianzas políticas que los propietarios de los medios habían tejido con los políticos y a “las relaciones personales íntimas que frecuentemente existen entre ellos” (2008: 113). No significa, desde luego, que antes los medios no fueran comerciales. Como dice Thompson (1998), desde el principio estuvieron organizados en forma de empresas comerciales, esenciales en el crecimiento de la economía capitalista<sup>16</sup>. Pero ha sido la relajación de los controles gubernamentales la que ha facilitado la concentración de poder económico y simbólico de los conglomerados mediáticos y sus “actividades depredatorias” que “han alcanzado cuotas extremas”<sup>17</sup>.

El resultado, para Uriarte (2000), es el escaso control democrático al que, a su vez, están sometidos los medios como poder con creciente capacidad de influencia sobre las decisiones públicas. La diferencia con los controles que pesan sobre el poder político es “apabullante”. Solo tienen la “vaporosa autorregulación”. Un poder sin contrapoder ni responsabilidad. Se ha consolidado como principio democrático que los intentos de control por parte del Estado son inadmisibles (2000: 9-10), pues, dice Waisbord (2014), los medios continúan defendiendo ideas, como la de libertad de prensa, tal y como fueron

---

<sup>16</sup> Los impresores necesitaban de la acumulación de capital para adquirir los medios de producción. Cuando carecían de este, recurrían a financistas, a contratos con el Estado o la Iglesia (Thompson 1998:83). El proceso se agudizará luego. El aumento en la cantidad de lectores tornó a los periódicos en el medio fundamental para lograr ventas, con lo que la publicidad quedó vinculada al medio. A principios del XIX las nuevas tecnologías de producción cambiaron las bases económicas de los medios. Inició un proceso de evolución de las industrias mediáticas en compañías con intereses comerciales a gran escala (y luego en organizaciones multimedia) que reforzó su dependencia de grandes capitales. Incentivada por esa dinámica de competitividad (destrucción o absorción de las empresas mediáticas pequeñas), la concentración dio paso al progresivo carácter transnacional de esas compañías. Aquí están los orígenes de los conglomerados mediáticos actuales, con gran concentración de poder económico y simbólico, capaces de desplegar sus enormes recursos para perseguir sus objetivos corporativos.

<sup>17</sup> Cooperación entre las autoridades políticas y las organizaciones mediáticas de ningún modo inédita, si se piensa que fue evidente en la constitución de las mismas bases de los sistemas mediáticos, en la correspondencia entre las principales agencias de noticias y las áreas de influencia de los poderes imperiales europeos que las patrocinaron y se beneficiaron de sus servicios de información, o la concesión de licencias selectivas para la explotación exclusiva del espectro radioeléctrico en zonas particulares (Thompson 1998: 113).

concebidas hace dos siglos, cuando era frente al monarca que las pequeñas imprentas plantaban cara y en un contexto de prensa partidaria, modelo dominante hasta gran parte del siglo XX. Impera, apuntan Hallin y Mancini (2008), un elemento central del modelo liberal: el papel del Estado es visto en términos negativos, bajo el entendido de que la libre circulación de la información requiere limitar su intervención.

Lo anterior no significa, valga un nuevo paréntesis, que ese Estado con un poder disminuido sobre los medios, sea incapaz de lesionar a empresas “incómodas”. En palabras de Mazzoleni (2010: 54) “una política mediatizada no es sinónimo de gobierno de los medios”. Maravall (2003) da cuenta de las reacciones de los políticos frente a los medios hostiles, que pueden llegar a ser auténticas estrategias de “agresión” con el apoyo de una judicatura no neutral, el uso arbitrario de competencias administrativas y el apoyo de medios afines<sup>18</sup>. Un caso extremo es el del populismo latinoamericano, sobre el que se profundizará más adelante. Según Waisbord (2014: 201), el antiliberalismo del populismo (ven al liberalismo inseparable del mercantilismo y lo rechazan) y su confianza en el Estado (cuando es gerenciado por ellos), explica que consideren innecesario que la prensa cumpla un rol de control del poder político. En general, rechazan la necesidad de “una arquitectura de escepticismo institucionalizado” y, sobre esa base, han limitado legalmente la capacidad del periodismo de criticar al gobierno (incluso con penas mayores a las que recaen por injurias contra un ciudadano común), establecido la obligación de los periodistas de revelar las fuentes en determinados casos, además de restricciones a los contenidos periodísticos durante las campañas electorales y a la manipulación informativa (discrecionalmente determinada por el poder político).

Sin perjuicio de lo anterior, apunta Hallin y Mancini (2008), ya a finales del siglo XX los medios privados “como actores políticos ocuparon una posición mucho más central que en el pasado”; en muchos países “se hicieron más poderosos en relación con los partidos”<sup>19</sup>. A partir de entonces, no solo fue de interés para los propietarios de los medios mantener fuertes vínculos políticos y velar por el predominio, entre los partidos, de su facción afín, sino que, además, “los actores relacionados con los medios”

---

<sup>18</sup> Silenciar oponentes (los medios “no afines son el blanco habitual”) es una acción típica de gobiernos con débil apoyo popular, necesitados de modificar el equilibrio de poder existente y que anticipen la inexistencia de graves consecuencias políticas por hacerlo El caso señalado por el autor es el del gobierno de Aznar contra el Grupo Prisa (2003: 214-2018).

<sup>19</sup> Ello favoreció el ascenso de Berlusconi, cuyo monopolio de TV se consolidó durante el largo vacío legal que caracterizan como “desregulación salvaje” en los países mediterráneos (Hallin y Mancini, 2008: 114-117).

adquirieron “la capacidad de presionar a personajes políticos con la revelación selectiva de casos de corrupción, e incentivar así la preocupación de los políticos por el control de los medios” (2008: 126-127). Cambios estrechamente “relacionados con el desarrollo de unos medios de comunicación poderosos basados en el mercado... y con un constante debilitamiento de las lealtades tradicionales hacia los partidos políticos” (2008: 114-115)<sup>20</sup>. Desafección política que no solo hace más débiles a los partidos frente a los medios (han perdido gran parte de su capacidad para moldear la opinión), sino que, además, tendría un efecto multiplicador en el rechazo a la clase política, si se considera que la decadencia del paralelismo político y la creciente comercialización de los medios, influyen sobre la conciencia de rol de los periodistas, haciendo que aumente el porcentaje de ellos que piensan que “su papel” consiste en “reflejar lo que piensa el público” (incluidos los prejuicios sobre los políticos), lo que para los autores evidencia “una actitud cada vez más conformista hacia los telespectadores” (2008: 165-166)<sup>21</sup>.

Se trata del mismo cambio cultural detrás de la proliferación de la sátira política en la cultura popular<sup>22</sup>. Cambio que produce (y a la vez es acelerado por) un cambio en el papel político del periodismo, desarrollado en el seno de unos medios (de “tipo oportunista”, “representativos del público en su conjunto”) cuya creciente jerarquía social reviste de mayor prestigio a los periodistas. Porque con la decadencia general de los partidos, los medios no solo se les independizaron. Empezaron a asumir, además, muchas de las funciones que aquellos cumplían (la producción de representaciones e imágenes sociales). El periodismo de investigación y denuncia de la corrupción y la incompetencia, reemplazó a la cultura periodística de “pies de plomo” (o periodismo “respetuoso con las élites y las instituciones establecidas”). Más allá de las variaciones de país a país, “en todos los casos [en que ocurre esta mutación de la forma de hacer periodismo] están implicados importantes cambios en la relación entre los medios y el Estado”, con una

---

<sup>20</sup> En los sistemas en los que los partidos conservan un fuerte control sobre la toma de decisiones públicas, la influencia de los políticos sobre los medios es considerable y, tanto los propietarios de los medios como los periodistas, encuentran incentivos para formar alianzas con los actores de los partidos (Hallin y Mancini, 2008: 272, 275).

<sup>21</sup> En un trabajo previo, Hallin (1994: 91) acusa rasgos populistas en el discurso de los medios sobre los políticos o la política, visible en la representación siempre positiva de sus audiencias, frecuentemente contrastadas con la corrupción y el egoísmo de quienes detentan el poder. Sobre el “nuevo protagonismo” de las audiencias y su consecuente corresponsabilidad en la determinación de los “escenarios mediáticos”, véase J. Benavides (2011).

<sup>22</sup> A lo que habría que añadir lo apuntado por Flinders (2012: 146), de que las nuevas generaciones, carentes de periodismo que satisfaga sus necesidades informativas, buscan educarse políticamente consumiendo shows de comedia y sátira política. Un tipo de comedia que, contraria a sus formas más tradicionales (que empleaban el ingenio para hacer críticas socialmente constructivas), es más agresiva, cínica, “anti-política” y destructiva de la participación democrática.

consecuencia observable: los medios “en sus relaciones con las élites políticas adoptan una postura más bien de adversario”<sup>23</sup>.

Respecto de los tres modelos señalan conclusiones coincidentes: La política “depende cada vez más de los medios”, al tiempo que estos se hacen más independientes de los políticos para determinar la agenda pública (2008: 231). No solo, como señala Flinders (2012), se ha debilitado el poder e influencia de todas las instituciones intermedias encargadas de la “alfabetización política” (iglesias, familias, sindicatos) excepto el de los medios (el declive del capital social va de la mano con el crecimiento del poder de los medios), sino que, además, dicen Hallin y Mancini (2008), conforme los partidos se separan de las iglesias, sindicatos y otros grupos sociales (y de las esferas del Estado que controlaban, como la magistratura), están obligados a depender en mayor medida de los medios para comunicarse con los electores. Así, una “lógica mediática” diferenciada ha llegado a prevalecer en el espacio público, “cada vez más”, sobre la “lógica política”, que anteriormente dominaba el proceso de la comunicación (2008: 262-264). Lo que implica que los políticos, para poder prevalecer en el entorno comunicativo, deben adoptar las nuevas y poderosas técnicas de representación y creación de audiencias, de factura mediática. Pues los medios, afirma Grossi (2007), “imponen reglas (*media logic* y *media culture*) a los flujos de comunicación”, “un formato interactivo particular en la relación entre gobernantes y gobernados” (2007: 104). Waisbord (2014) conceptualiza esta “mediatización de la política” como un proceso íntimamente relacionado con el mayor poder de unas instancias y el declive de otras: las instituciones e identidades tradicionales han perdido importancia y hay “una profunda asimetría comunicacional” entre los medios y las instituciones de representación política. Ese mayor poder permite imponer una lógica: la mediatización es el “dominio de una lógica anclada en los medios como institución y tecnología, sobre la política”. (2014: 16-17).

Bourdieu (1997) lo había advertido. Ya antes de la TV, la prensa influía en el campo político. El campo periodístico (microcosmos con leyes propias constituido en el siglo XIX) se basa en una serie de presupuestos y creencias compartidos (más allá de las diferencias de posición y de opinión que puedan tener los periodistas) que son los que

---

<sup>23</sup> Posturas que tienden a radicalizarse al fragor de la competencia entre medios, sea para desmarcarse de un gobierno cuyo perfil ideológico es/fue compartido por el medio, para mostrarse más “críticos” que los demás medios y así competir con estos por audiencia, o para que el periodista realce su prestigio. Lo cierto es que la *comercialización* proporciona la base del poder para hacerlo y el incentivo para repetirlo, “a expensas de los políticos” (Hallin y Mancini, 2008: 113-114, 254).

fundamentan la selección de la realidad social que elaboran. Ningún discurso de ningún actor social que no se someta a esa prueba de selección periodística, tiene acceso a los medios. Esa es la “colosal censura” que ejercen los periodistas (1997: 69)<sup>24</sup>. Pero con la emergencia de la TV las cosas empeoraron. Además de esos constreñimientos del discurso público, resultado, también, de las relaciones de connivencia entre los periodistas<sup>25</sup>, están las restricciones que impone la competencia por la audiencia. La TV intensifica la lógica de competencia que homogeniza, aún más, las representaciones periodísticas<sup>26</sup> e impone al “mercado como instancia legítima de legitimación” (1997: 37) provocando una sumisión demagógica a los gustos populares. Ello se refleja, también, en la figura del experto y del debate televisivos. Hay una relación entre pensamiento y tiempo, y la velocidad de la TV impone (otro constreñimiento) a los *fast thinkers* como intérpretes de la realidad. Pueden elaborar tan rápido sus tesis porque lo hacen sobre la base de ideas preconcebidas, cuya convencionalidad resuelve, de entrada, algo elemental para la TV: que la audiencia entienda. Sus falsos debates (entre amigos o coincidentes) se caracterizan por no poner en problemas al medio ni al presentador<sup>27</sup>. La TV es un escenario con múltiples coerciones sobre el discurso, impuestas, con mayor o menor voluntad, por los periodistas<sup>28</sup>.

La necesidad de captar un público masivo, el más amplio posible, hace que difundan una información políticamente intrascendente, despolitizada y dramatizada<sup>29</sup>. Los sucesos, deportes y, del mundo político, lo anecdótico, que ocupan la mayor parte de los telediarios, son distractores para ocultar los asuntos importantes de cara a los derechos de los ciudadanos. Es así como “ocultan mostrando”, dirigiendo la atención hacia lo

---

<sup>24</sup> Para el autor “los periodistas pueden de buena fe, ingenuamente, dejándose llevar por sus intereses -lo que les interesa- por sus prejuicios, por sus categorías de percepción y valoración, por sus expectativas inconscientes, producir (...) unos efectos no deseados por nadie, unos efectos que... pueden resultar catastróficos” para la democracia y la política (1997: 28).

<sup>25</sup> Sus “intereses comunes vinculados a su posición en el campo de la producción simbólica y en el hecho de que comparten unas estructuras cognitivas y unas categorías de percepción, ligadas a su origen social y a su formación (o falta de ella)” (1997: 50).

<sup>26</sup> Incentiva la “circulación circular de la información”: los periodistas están muy pendientes del trabajo de sus competidores, una “especie de juegos de espejos que se reflejan mutuamente” (1997: 32) que les genera una censura más eficaz que la de una intervención política.

<sup>27</sup> El autor destaca el enorme poder de los conductores o de los medios en la composición de los paneles. Como lo es el del presentador para reforzar o debilitar al entrevistado, al que, para controlarlo, le suele recordar su rol como “portavoz del público” (1997: 45).

<sup>28</sup> Bourdieu menciona la relación entre desempleo y autocensura, como mecanismo de control de los propietarios de los medios e, indirectamente, de los anunciantes, sobre los periodistas. Afirma, además, que el periodista particular es menos autónomo entre más concentrada esté la propiedad de los medios.

<sup>29</sup> Dramatiza cuando “escenifica, en imágenes, un acontecimiento y exagera su importancia, su gravedad, así como su carácter dramático, trágico” (1997: 25).

irrelevante. Y ese lente periodístico, su compulsión por lo extraordinario, crea representaciones de la realidad. Ese es el reclamo de Flinders (2012), para el que en esta época de mayor cantidad de información y transparencia sobre los procesos de toma de decisión política, hay un desplome generalizado de la confianza política y una comprensión muy pobre de la naturaleza misma de la política y de los límites o posibilidades de la democracia. Lo atribuye a que hay mucha información pero poco conocimiento. Procesar esa superabundancia de datos brutos para hacerlos comprensibles a la gente y relevantes en el debate público, debería ser el servicio de la prensa. Los medios crecen en influencia pero abandonan su rol normativo. Se produce una “brecha de conocimiento” (2012: 143) que afecta la forma en que los ciudadanos construyen su sentido del mundo, sus opiniones y la información que requieren para participar en democracia. En el momento de la historia en el que el público necesita más información sobre los desafíos comunes y el gobierno, los logros y fallas de aquellos a los que votan, los medios les están proveyendo de menor información relevante. Todo ello aleja a la gente de la política, dificulta que incluso los políticos más comprometidos sean eficaces en su trabajo y erosiona la habilidad colectiva para saber qué está pasando en el mundo y reaccionar sensatamente.

También coincide Flinders con Bourdieu en la causa. El creciente énfasis en el afán de lucro y por captar mayores cuotas de mercado, así como la ausencia en los medios de una cultura tendente a hacerlos útiles a la democracia, ha privado a la gente de la información que necesitan para ser ciudadanos responsables. Un declive generalizado de los estándares periodísticos. La sustitución como criterio de relevancia de “el interés público”, por “lo que al público le interesa” (2012: 146), ofreciendo cada vez más información pero, paradójicamente, de menor calidad. La competencia (cada vez más reñida) por brindar noticias 24/7 crea una necesidad “insaciable” de historias que deben fabricarse. Es el “dilema del periodismo”: la tensión entre ofrecer la suficiente cantidad de historias del tipo que les permita capturar audiencia (enfaticando fallos en vez de éxitos, conflictos en vez de compromisos, objetivos no alcanzados en vez de los alcanzados, y “rumores vestidos de hechos”) o el respeto a los estándares de rigor profesional (2012:151). Es decir, hay incentivos comerciales para que incremente la agresividad y negativismo de la prensa hacia la política, pues “mantener o incrementar la cuota de mercado, generalmente implica ser más anti-gobierno, más anti-político, más agresivo (...) más ácido retóricamente y más salvajemente desdeñoso” (2012: 152). Lo mismo piensan Bourdieu (1997) y Hallin y Mancini (2008). El primero los acusa de hacer



una “simplificación demagógica de la política”, privilegiando “el combate sobre el debate” y el “enfrentamiento entre personas sobre la confrontación de argumentos”, para hacer entretenido algo que creen (proyectando sobre el público sus inclinaciones) que la audiencia considera aburrido (1997: 128). Los segundos, de no valorar el consumo de información pública como herramienta para poder desempeñar la ciudadanía, y ceder ante “el individualismo y los elementos antipolíticos de la cultura, la cual tiende a dar prioridad a la vida privada por encima de la pública” (2008: 253-254, 265).

Lo anterior significa que la imposición de una lógica comercial sobre el periodismo y la mediatización de la política, se cobran dos víctimas: **1)** la autonomía y la imagen de la política y **2)** la autonomía del periodismo como profesión.

**1)** Ortega (2011) da la clave que permite comprender la desigualdad de fuerzas en el pulso por controlar el espacio público. Con el auge de los medios (y el declive de la política de masas), lo público traslada su sede, de los partidos, parlamentos y la acción de masas, a los medios: el nuevo espacio público. Un proceso que ha aparejado una merma “en grado notable de la autonomía de la política”. Para gestionar lo público, el político necesita legitimarse, desarrollar un conjunto de argumentos que lo hagan aceptable a la ciudadanía. Ahora sólo lo puede hacer en el escenario mediático y desde la lógica (pautas y cánones) de los medios (2011:60). Una dependencia también señalada por Thompson (2001): sabedores de que “cualquiera que desee alcanzar el poder político o ejercerlo de forma duradera y eficaz deberá utilizar también el poder simbólico para cultivar y sostener la confianza”, los políticos vuelcan su atención sobre los medios (canal de relación entre los políticos y los ciudadanos), convertidos en el “escenario clave” en el que se desarrolla la lucha por ese poder simbólico, “instrumento primordial para que los dirigentes políticos acumulen el capital simbólico” que precisan (2001:150). No es de extrañar que Manin (1998), en su categorización de los gobiernos representativos, caracterice la forma actualmente predominante como “democracias de audiencias”<sup>30</sup>. Una forma de representación que en el centro de la discusión pública (en la que se persuade para crear consensos mayoritarios en torno a propuestas sobre la vida en común), tiene unos medios no vinculados estructuralmente con los partidos, sin que por ello (debido a sus propios prejuicios) ofrezcan un reflejo no distorsionado de la realidad. Ello provoca que al público

---

<sup>30</sup> Alude al hecho de que las propuestas políticas votadas por los electores ya no son reflejo de divisiones sociales evidentes y estables (como en la democracia de partidos), sino, en buena medida, construcciones (no invenciones) desde la oferta electoral a conveniencia del político que elige y realza unas fracturas sobre otras, con lo que el voto se torna más reactivo que expresivo, por parte de una “audiencia” que responde a los términos que se le presentan.

llegue una información política, si bien no objetiva, sí relativamente uniforme (distinta a la que proveía la prensa partidaria). Así, la percepción de los asuntos es menos dependiente de las afinidades partidarias. Y las posiciones sobre esos asuntos no responden, tampoco, a orientaciones partidarias, con lo que la “expresión electoral y no electoral del pueblo sobre las cuestiones del día puede no coincidir”, lo que suele aparejar la disociación de las expresiones electorales y no electorales de la voluntad popular (1998: 279-280).

La discusión pública, en consecuencia, sale del ámbito restringido del parlamento y de los partidos, para concernir al público más amplio (nuevo protagonista), que, en tanto ya no se informa de política a través de su partido, recibe posiciones encontradas sobre los mismos asuntos a través del “nuevo foro, los medios” (1998: 283). El escenario público es dominado por (es decir, ejercen la representación en él) una nueva élite<sup>31</sup> de políticos, especialistas en medios, expertos en opinión pública y periodistas, sin que sea apreciable en ellos el fiel reflejo de la sociedad (sin que hubiera, tampoco una identificación gobernantes/gobernados en las anteriores formas de representación). Pero, ciertamente, en esta nueva configuración la distancia entre representantes y representados es mayor que como era percibida en la democracia de partidos. Esa brecha agudizada está en la base del malestar. En suma, Manin ve retrocesos tanto en el nexos representativo, como en el ideal de autogobierno, en el paso de la democracia de partidos a la de audiencias. Retrocesos que frustran las expectativas creadas por la evolución histórica de los gobiernos representativos.

Se trata, entonces, de una verdadera reconfiguración del espacio público. En palabras de Niklas Luhmann<sup>32</sup>, el paso de la idea de “espacio público” a la de “palestra simbólica (desterritorializada y mediatizada)”, que, dice Bourdieu (1997), “deja fuera de juego” la “mediación” y “contribuye al debilitamiento de la autonomía del campo político, y de la capacidad otorgada a los representantes (...) de invocar su... autoridad de custodios de los valores compartidos” (1997: 116-117). Lo mismo ocurre con la judicatura cuando la presionan, como portavoces del sentir popular, logrando una “transferencia del poder de juzgar” (1997: 82). Amenazan su relativa autonomía, incentivando “una forma perversa de democracia directa”. La TV afecta las relaciones de

---

<sup>31</sup> Manin (1998: 283-284) habla de los políticos y de los profesionales de los medios como de una “élite dotada de características valoradas positivamente, que les distingue del resto de la población... por su posición social, modo de vida y educación”, y advierte que asistimos al auge de una y el declive de otra (la de los burócratas partidarios).

<sup>32</sup> Citado por Grossi (2007: 62-63).

fuerza de los campos sobre los que incide: tiende a reforzar en estos a los agentes ubicados más próximos al polo comercial. En el campo político, favorece la movilización populista. Es lo que Del Rey (1998: 224) llama “la fuerza gravitatoria del campo periodístico”, es decir, su capacidad para convertir otros campos sociales en satélites suyos. Esos campos “satelizados” terminan generando comportamientos orientados hacia (o en función de) los medios, con la consiguiente pérdida de autonomía.

Además de restar autonomía a la política, también erosiona su imagen. Para Pereira (2000), las necesidades comerciales de los medios determinan el estilo de cobertura que dan a las instituciones políticas. De los parlamentos se difunde: lo espectacular (el plenario -usualmente vacío- y no las comisiones y negociaciones -a veces hasta la madrugada-); la intriga (lo supuestamente oculto y no lo expresamente declarado); lo personal (dramatizado y no los temas de fondo), los legisladores mediatizables (que hablan al ritmo, con el tono y simpleza adecuadas para “las declaraciones” de pocos segundos y no los que conocen mejor los temas) (2000: 27, 31). Bourdieu (1997) lo relaciona con la competencia dentro del propio campo periodístico por la primicia y, a falta de esta, por la interpretación más sutil, que normalmente es la más cínica. La cobertura busca el espectáculo que, en política, suele tomar forma de escándalo, y, sin que necesariamente se pretenda, tendiente al desencanto de la política. Su representación del mundo, en la que predominan la instantaneidad y la discontinuidad, no deja espacio para los procesos. Fomenta el fatalismo, una imagen de la política en la que nada cabe hacer y en la que esta es fuero exclusivo de sus profesionales (lo que resulta favorable al mantenimiento del orden establecido). En suma, los mecanismos del campo periodístico, regido por la lógica comercial de las audiencias, influyen sobre los periodistas y, a través de ellos, sobre el campo de la política. De modo que la política está sometida “a la coerción estructural del campo periodístico, y no de éste o aquél periodista, de tal o cual director de cadena, a su vez superados por las fuerzas del campo” (1997: 81). Es lo que el autor llama “corrupción estructural”: los periodistas son tan manipuladores como manipulados, en esas instituciones (1997: 21).

2) Precisamente por esa última observación de Bourdieu, Hallin y Mancini (2008) son escépticos ante la idea de que estos cambios (que parecieran entrañar mayor autonomía periodística y menor “instrumentalización”), puedan verse como una separación entre los medios y los sistemas de poder. Por el contrario, la ruptura de los

viejos vínculos entre grupos sociales organizados y medios<sup>33</sup> ha resultado, más allá del pregonado valor de la neutralidad<sup>34</sup>, en un mayor desequilibrio en la representación de los intereses sociales. La comercialización, además de favorecer la “diferenciación”, la socava (“desdiferenciación”), al desdibujar las fronteras entre la información, el entretenimiento y la publicidad. Paradójicamente, los medios están cada vez más diferenciados del sistema político, pero menos del sistema económico. El desplazamiento de los periódicos partidistas y de la radiotelevisión pública por los medios comerciales (y la llamada “prensa burguesa”), podría interpretarse como el fortalecimiento del poder de una clase social particular sobre el sistema de medios<sup>35</sup>. Podría explicar, además, la acusada inclinación general de los medios hacia la derecha política<sup>36</sup>. El proceso de comercialización implica que la prensa recibe un subsidio directo de parte del mundo empresarial en forma de publicidad. Lo que se traduce en una subordinación de los medios a la lógica del mercado (lucha corporativa por cuotas incluida), y “la consiguiente disminución de la autonomía de los periodistas” (2008: 276). En esas condiciones, los autores niegan que los medios comerciales representen adecuadamente intereses generales de la sociedad.

Para Habermas (2004) eso significa tanto como el fin del espacio público. La transformación de la prensa periódica (que le había servido de *forum* a la esfera pública) en función de grandes intereses comerciales, fue una de las causas del declive de esa

---

<sup>33</sup> La “natural” simbiosis entre política y periodismo, constitutiva de los modelos europeos, es abiertamente rechazada por la industria comercial global de la prensa, en función de “un sentido común liberal de la libertad de prensa”; lo que hoy define la “cultura mediática internacional” (Hallin y Mancini, 2008: 234).

<sup>34</sup> La “neutralidad” como valor es propia del modelo liberal y está relacionada con el discurso centrado en los “hechos”. Se fecha el inicio de su evocación a partir de la década de 1850 entre los periodistas angloamericanos. Estos, sin embargo, en realidad, sin confesar ninguna lealtad (ni siquiera preferencia política), lo que escribían era políticamente arbitrario (Hallin y Mancini, 2008: 189). Los autores refieren abundante investigación que “desenmascara” los sesgos políticos e ideológicos presentes en el ejercicio del periodismo, “incluso allí donde los periodistas están sinceramente comprometidos con una ideología profesional de objetividad” (Hallin y Mancini, 2008: 24).

<sup>35</sup> Para los autores, que se señale a los periódicos sindicales como “de una clase social en particular”, pero a los comerciales no, es el equivalente (opuesto), a la concepción marxista de la clase obrera como clase universal: en el fondo se pretende que la burguesía es la clase universal, cuyos intereses son idénticos a los de la sociedad en su conjunto (Hallin y Mancini: 2008, 267).

<sup>36</sup> Ello sin perjuicio de que, con fines comerciales, se hayan distanciado de sus otrora estrechas relaciones con los partidos conservadores, para difuminar su identidad política y atraer a los lectores de izquierda. El hecho de que, contrario a la inclinación de los medios, los periodistas, en la mayoría de países, tiendan hacia la izquierda, pone en tensión los procesos de profesionalización y comercialización (Hallin y Mancini, 2008: 267-268). Es muy ilustrativo que en un texto tan normativo y de una figura tan emblemática del periodismo como el de Pulitzer (2011: 88-92, 110), se exprese preocupación por el sufragio universal (que sujeta “nuestra república a las pasiones del pueblo”), por el crecimiento de los sindicatos y su “hostilidad organizada contra el capital”, y por el “brote socialista” de quienes en EEUU querían imitar las reformas que se estaban llevando a cabo en Alemania, Francia e Inglaterra. Para el autor, son los periodistas que traicionan su vocación los que apelan “a la pobreza, al odio a los ricos y al socialismo, sembrando la semilla del descontento”.

esfera pública. Los periódicos dejaron de albergar el debate crítico-racional y quedaron reducidos a bienes de consumo. La vida pública se refeudalizó y los medios acabaron en instrumentos de una política reducida a *show* mediático, dirigido a conseguir el consentimiento ocasional de unas audiencias despolitizadas. Una afrenta al periodismo no cuestionada por la prensa. Según Waisbord (2014), en el discurso liberal solo preocupan las limitaciones a la libertad que pueda generar el Estado y no los riesgos a la autonomía periodística provenientes del mercado. Esa idea ha permeado las tendencias profesionalizantes del periodismo latinoamericano, receloso de la influencia estatal pero no de la del mercado<sup>37</sup>, aunque “la profesionalización implica que ni los intereses comerciales de la prensa ni las presiones políticas, limiten o vacíen la lógica del interés público del periodismo” (2014: 142). La base del profesionalismo es la autonomía: para resistir a quienes gozan del poder para condicionar la información a sus intereses (políticos o económicos), indispensable para que el periodismo pueda funcionar según una lógica de servicio público.

Es la tesis central de la obra de Bourdieu (1997) sobre la TV. Así como ha fortalecido la influencia de la prensa sobre la política, le ha quitado a los periodistas la posibilidad de definir, con base en sus propios parámetros y reglas, los valores dentro de su campo y los ha cambiado por “este nuevo principio de legitimidad que constituye la consagración por el número y la visibilidad mediática, capaces de conferir a ciertos productos (culturales o incluso políticos) o productores, el sucedáneo aparentemente democrático” de las sanciones impuestas por los campos especializados (1997: 111). La visibilidad en la TV es cada vez más parámetro de estatus dentro del periodismo<sup>38</sup>, al que ha impuesto una visión de la información antes solo compartida por los periódicos sensacionalistas. Del Rey (1998) recuerda la tensión en sí misma característica, pero intensificada por la TV, del campo periodístico, en el que el profesional se bate entre dos lógicas y dos principios de legitimación: el reconocido por los colegas (en virtud del cumplimiento de los valores y estándares del oficio) y el conferido por el público (el

---

<sup>37</sup> El autor critica las posiciones liberales a ultranza, contrarias a cualquier intervención estatal, por ignorar que no existen sistemas de medios sin intervención estatal, que aún el repliegue desregulador del Estado implica un direccionamiento político de la organización de la comunicación social desde el Estado, y que la conformación de todos los sistemas de medios en América Latina fue resultado de alianzas y respaldos mutuos entre élites políticas y empresariales.

<sup>38</sup> Se ahonda la brecha entre las “grandes estrellas” que aparecen en la pantalla, tan bien remuneradas como sumisas, y los invisibles reporteros, más críticos y mucho mejor formados, utilizados cada vez más para labores pedestres e insignificantes, además de precarizados laboralmente (1997: 51). Esto aún la frustración y resentimiento de los periodistas por la distancia entre lo que se supone es la misión de la profesión, lo que aprenden en las universidades, por un lado, y el ejercicio real de esta, constreñido por los medios, por el otro.

“veredicto” del mercado según índices de audiencia) (1998: 209-2010). Pues bien, la TV a) refuerza el peso de la audiencia en esa tensión<sup>39</sup>, b) incorpora un criterio “extraño” de prestigio profesional<sup>40</sup> y c) altera el sentido mismo de la labor periodística<sup>41</sup>.

Quizá no haya noción más expresiva de ese “sentido” del oficio que “interés público”, medular, dice McQuail (1998), para legitimar las decisiones editoriales y sin embargo su peso en la definición de la relevancia de lo noticiable es cada vez más discutida<sup>42</sup>. Y debido a que hay un amplio consenso en que el de la comunicación colectiva no es un negocio más y que su valor particular está vinculado al surgimiento de la democracia y de la esfera pública en la que los ciudadanos forman y expresan sus opiniones<sup>43</sup>, en la agenda de debate político ha estado presente tanto el temor al control

---

<sup>39</sup> La lógica rectora de la TV exige la definición de la programación con el objetivo de “comprar” audiencias que puedan venderse en el mercado de la publicidad (de modo que el campo periodístico, en sí mismo, tampoco es autónomo, sino heterónomo, pues, a través del poder de los anunciantes, sufre la presión del campo empresarial). La competencia por la audiencia incentiva a los periodistas a vigilar permanentemente a los competidores (“endogamia informativa profesional”), a efecto de conservar o mejorar la posición en ese campo social, lo que acaba provocando (y redundando) en “los temas de los que hay que hablar”, “invitados a los que hay que tener” y “asuntos que hay que cubrir”, generando “uniformidad en la oferta mediática”. Pero, además, como la TV nació ligada al entretenimiento, en esa competencia periodística será fundamental la primicia, la exclusiva, la capacidad de sorprender, de escandalizar, de mantener en vilo, de hacer reír y de emocionar, para evitar que, con el mando a distancia, el espectador abandone.

<sup>40</sup> Si bien la TV en un principio fue muy marginal para el periodismo, hoy es dominante en ese campo. Hay una relación contradictoria de la prensa con la TV, pues a la vez que el periodismo escrito, el de prestigio y referencia, la critica y menosprecia, sus profesionales desean ser mencionados y aparecer en la pantalla pequeña debido al prestigio que ante la sociedad y el propio gremio depara (1998: 211-213).

<sup>41</sup> Antes la labor de informar tenía que ver con “la reducción de la incertidumbre”. La influencia de la TV sobre el periodismo ha provocado que informar sea hoy, básicamente, mostrar (y hacerlo en el momento). Para ello basta la cámara y “sobra el periodista” (1998: 220-223).

<sup>42</sup> El autor advierte, sin embargo, la creciente importancia del presunto interés de la audiencia como criterio de relevancia fundamental a la hora de determinar qué es noticiable. Esa “soberanía del consumidor” se contraponen al profesionalismo periodístico. En un sentido similar, Bassett (2013: 186) reconoce que difuminados los criterios de lo que es de “interés general”, ahora lo noticiable responde a parámetros básicamente cuantitativos, de modo que tienen más peso las encuestas de seguimiento que los consejos de redacción: “el lector dirige el periódico”. Ni mediación, ni determinación de qué es noticia por interés general, ni jerarquización. Para Cebrian (2009) los contenidos no se deberían justificar exclusivamente en función de su aceptación por el público, pero es el fin de una época: la de la centralidad de los diarios en la formación de la opinión pública. Randall (2008) dice que los medios hoy justifican sus actitudes y contenidos más reprochables aludiendo al público y sus gustos, y añade que hoy el único límite ético infranqueable para la prensa es el que les pueda llevar a perder suscripciones.

<sup>43</sup> La sentencia del juez Frankfurter de que “la tarea de la prensa” es “promover la verdad en los asuntos públicos, que es la base para entenderlos”, es asumida en todo el mundo con mayor o menor vehemencia según la primacía del mercado (McQuail, 1998: 70). Es destacable que ya en 1992 el autor advierta el desfase del pensamiento normativo sobre los medios y la pérdida de importancia del periódico en la sociedad, debido a la mercantilización de la prensa y al surgimiento de los medios electrónicos. Su conclusión es que, justo cuando “la complejidad del mundo va en aumento”, “la diversión y el entretenimiento obstruyen los canales de comunicación pública cada vez en mayor medida”. Una “democracia informada” requiere ese aporte que los medios no están proveyendo debido a la creciente competencia comercial a la que están sujetos. Sencillamente la política no está entre “las mercancías más atractivas para el consumo en el mercado mediático” (1998: 444).

estatal de los medios, como la preocupación por los grandes monopolios comerciales<sup>44</sup>. Esa concentración “aumenta al mismo tiempo que se reduce el alcance de la emisión de servicio público” (1998: 444). Consecuentemente, preocupa el “gran poder de la prensa” (1998: 69), la responsabilidad en su ejercicio, su impacto en la salud de las democracias y la equidad en el acceso a los beneficios de su propiedad. Ciertamente hay una norma difundida de que los dueños de medios deben abstenerse de influir (bajo la lógica de que eso iría contra la credibilidad y, en ese tanto, contra el negocio). Aun así la mayoría de los autores consideran (y documentan casos más allá de la dificultad empírica para comprobarlo) que esa influencia es inevitable y que suele traducirse en respaldos (u oposición) a políticos y gobiernos específicos (a menudo, los directores “siguen de buena gana” las preferencias de los propietarios). La publicidad también puede tener un efecto restrictivo sobre la libertad periodística, siendo probable que adopte la forma de “autocensura rutinaria e inconsciente” de contenidos que pudieran ofender a los anunciantes (1998: 179, 204). Además, la competencia de medios tiende a una menor diversidad, ya que buscan satisfacer a las mismas audiencias. Por eso, la pretensión de “complacer y halagar” a los lectores y audiencias para lograr mayores ingresos, como objetivo comercial, puede entrar en conflicto con los objetivos editoriales y con la autonomía profesional de los periodistas (1998: 166).

Ya a principios del siglo pasado, Weber (1992) calificaba la relación de la prensa con el mundo de los negocios como incubadora de tensiones y riesgos. La tensión es entre la naturaleza de empresa capitalista y privada de los medios (con los condicionantes que ello implica), y sus fines en la sociedad, o lo que es lo mismo, entre sus anunciantes y su público lector. Los primeros tienen un peso más decisivo en las finanzas de las empresas periodísticas, así como necesidades comerciales de propaganda. A los segundos aspiran a instruirlos e informarlos objetivamente, entre otros ámbitos, en el de la política. El riesgo radica en que la creciente demanda de capital derive en una creciente monopolización de las empresas periodísticas; los *trust*, cuya existencia, ironiza Weber,

---

<sup>44</sup> “El mercado libera pero sus leyes también producen concentración de la propiedad, reducción de la diversidad” (1998: 69). El autor concluye que “los medios operan en condiciones de gran presión y restricción”, por lo que “la autonomía siempre está severamente limitada”, generando condiciones inadecuadas “para cumplir con normas idealistas” (1998: 129). Las mayores presiones (que pueden entrar en conflicto con la finalidad normativa de ofrecer información veraz y opinión independiente) son las de propietarios y anunciantes (consecuencia de la dependencia de los ingresos publicitarios), más condicionantes que las de gobiernos y partidos. Su conclusión es categórica: “Cada vez, en mayor medida, el contenido (...) es producido (...) a pedido, siguiendo especificaciones influidas por los anunciantes”, lo que “tiende a la estandarización global del producto, bajo presiones de la misma lógica económica” (1998: 445).

es negada por los magnates que los controlan. La preocupación de fondo, en relación con esa concentración de la propiedad, es su posible impacto en la pluralidad (cuáles son las fuentes cuyas voces se oirán en la prensa) y en los efectos de los medios sobre la opinión pública (se pregunta si su creciente base de capital, que los hace menos dependientes de las ventas, los torna más receptivos a las fluctuaciones de la opinión pública o les da mayor poder para moldearla a conveniencia).

En la América Latina del siglo XXI ese problema es más grave, según demuestran Mastrini y Becerra (2006)<sup>45</sup>. Se trata de mercados pequeños (con excepción de México y Brasil, no alcanzan los 50 millones de habitantes), obstáculo para el desarrollo de las industrias culturales, en las que la economía de escala permiten amortizar las fuertes inversiones que demanda la producción de bienes simbólicos<sup>46</sup>. Con pocas excepciones, el sector privado ha tenido una clara supremacía sobre el Estado en la producción y distribución de los productos culturales, lo que derivó en una fuerte influencia del financiamiento publicitario de los medios. En el contexto mundial, “América Latina es la región con menor participación del Estado en la propiedad de los medios gráficos y audiovisuales” (2006: 45). Mismo diagnóstico hace Waisbord (2014): una región en la que los medios tradicionales siguen siendo dominantes, incluso en Internet, con mercados concentrados. En general, son sistemas de medios inspirados en el modelo mercantil, con componentes estatales y cívicos, en los que la tradición liberal de medios nunca ha sido preponderante. El resultado para el pluralismo comunicacional democrático es deficitario. Sociedades con persistentes inequidades de expresión. Desde empresas empeñadas solo en el lucro, hasta sesgos partidarios y corporativos, pasando por el “desinterés social en escuchar voces diferentes” (2014: 15). Bajo la “fantasía libremercadista”, existen “relaciones viciosas de favores y presiones que fortalecen la mano visible del poder privado”, de modo que el “grito al cielo” por la intervención estatal y a favor del mercado,

---

<sup>45</sup> Este estudio abarca solamente América del Sur y México. El correspondiente a América Central y República Dominicana, de los mismos autores (*Los monopolios de la verdad*, 2009), será referido en el capítulo IV, donde justificaremos el caso de estudio seleccionado y el macro-contexto relevante de los textos que componen el corpus. Se trata de investigaciones complejas dada la dificultad para acceder a los datos necesarios, lo que constituye, en sí mismo, un primer rasgo de los sistemas de medios en la región: siendo los encargados de informar a la sociedad, “resultan ser sumamente opacos a la hora informar sobre sí mismos” (2006: 34).

<sup>46</sup> Cuantas más copias se realicen del prototipo, el costo de producción promedio de cada unidad cae. El costo de suministrar la mercancía a consumidores adicionales es extremadamente bajo comparado con el costo del prototipo original. Los potenciales retornos de las economías de escala son continuos y de ahí las presiones para expandir el mercado hasta situaciones oligopólicas. Otras características económicas de las industrias culturales en Mastrini y Becerra (2006: 40-41).



aparece solo cuando se perjudica sus intereses, no cuando sus vinculaciones con el poder político fortalecen sus posiciones empresariales (2014: 199)<sup>47</sup>.

Adicionalmente, señalan Mastrini y Becerra (2006), desde la última década del siglo XX, las políticas neoliberales supusieron apertura de mercados, liberalización de flujos financieros y privatización de activos estatales, incluido el sector infocomunicacional. Gobiernos y organismos internacionales de crédito impulsaron procesos de desregulación. La iniciativa privada se expandió aún más dentro de las industrias culturales. La internacionalización del mercado comunicacional y las dinámicas de los bloques regionales, aumentaron los límites para el accionar estatal. A la tradicional falta de voluntad del estamento político para pluralizar la comunicación social, se sumó la incapacidad legal de los Estados para enfrentar los procesos de concentración<sup>48</sup>. De todas formas, en América Latina se advirtieron muy pronto los problemas generados por la excesiva concentración de la propiedad de los medios. Ya en los años 60, investigaciones vislumbraron dos dimensiones de la concentración: geográfica y económica. La primera relativa a la centralización de la producción, distribución y consumo cultural en los grandes centros urbanos. Amplias regiones quedaron fuera del alcance de los medios y la diversidad cultural de los países reducida a la visión de las elites capitalinas. La concentración económica resulta del complejo entramado de relaciones que tempranamente se estableció entre el poder político, el poder económico y los propietarios de los medios. Numerosos estudios de los años 60 y 70 evidenciaban que los sectores hegemónicos dominaban entre los accionistas de los medios. Eso significa que “la prensa se había vinculado ya en el siglo XIX con los sectores oligárquicos, y en muchos casos expresaba sus puntos de vista y contradicciones” (2006: 42)<sup>49</sup>. La lógica comercial presente desde el nacimiento de la radio en los años 20 tendió

---

<sup>47</sup> En palabras de Waisbord, los “sectores empresariales han enarbolado la crítica contra el Estado, revestida con el lenguaje de la libertad e independencia, cuando fueron negativamente afectados por decisiones oficiales puntuales, más que por fidelidad” a convicciones libertarias (2014: 191).

<sup>48</sup> Los autores hablan de la histórica dificultad por parte de los Estados latinoamericanos para establecer políticas de medios claras. Ha sido el mercado el que ha fijado de hecho las principales estrategias en el sector, para que con posterioridad el Estado ajustara el marco regulatorio a dicha situación.

<sup>49</sup> Paralelo al de la concentración, fue el fenómeno de la fuerte influencia de la producción cultural extranjera, especialmente la estadounidense. Estudios críticos de la época caracterizaron la situación con dos palabras: concentración y dependencia. La obra de Schiller (*Mass Communications and American Empire*, de 1969), es pionera en la teoría del imperialismo cultural. Su tesis es que la hegemonía estadounidense tras la segunda guerra mundial se asienta en su poderío económico y en su industria mediática. Esta última ha dirigido la globalización de la comunicación (reproduciendo como modelo su sistema mediático) según los intereses comerciales de las grandes corporaciones estadounidenses, y los intereses políticos y militares de ese país. Ello ha creado una nueva forma de dependencia entre los países latinoamericanos (cuyas culturas autóctonas han sido destruidas) y los EEUU (que les ha impuesto los

hacia la concentración de las estaciones. Lo mismo ocurrió con la TV, a partir de los años 50 y 60, cuando en América Latina se impuso la noción de “servicio de interés público”, funcional a las inversiones de las cadenas estadounidenses en todos los países, en oposición al modelo de “servicio público” conferido en Europa.

Si en el pasado los grupos de comunicación aprovecharon sus vínculos políticos y sus relaciones con el capital extranjero para adquirir una dimensión nacional concentrada, en los 90 su lógica de adaptación a la dimensión globalizada de la economía mundial va a sustentarse en el aprovechamiento de su solidez en los mercados nacionales para encarar su expansión diversificada y regional<sup>50</sup>. Empresas que históricamente fueron de propiedad familiar evolucionan hacia empresas de capital disperso. Un desplazamiento de las formas estatal y familiar, a la de corporación privada. Los grupos más destacados (como Televisa de México o Globo de Brasil), intentan constituirse en los interlocutores regionales de los grandes grupos multinacionales. Las estructuras familiares con figuras patriarcales fuertes se reconvierten en actores importantes (de tercer nivel entre los principales grupos planetarios) del mundo globalizado. Pero la motivación para concentrarse (además de las económico-competitivas), es político-ideológica: los grupos de comunicación no sólo tienen un interés económico, también pretenden extender su influencia en la opinión pública. Es ahí donde la consolidación de grandes grupos dominantes conspira contra el pluralismo informativo y la diversidad de voces en el seno de una sociedad. Por eso Alcántara (2012) considera preocupante que los más importantes medios “lentamente se han ido concentrando en las manos de un grupo reducido de propietarios, convirtiéndose en una fuerza significativa potencialmente antidemocrática”<sup>51</sup>. Unas élites tradicionales que han mostrado un interés histórico por impedir la emancipación de una casta política que asuma el control del Estado<sup>52</sup>. Y por eso, también, relaciona la tensión entre medios y políticos con el vilipendiado proceso de

---

valores consumistas convenientes a los intereses industriales que patrocinan los medios con su publicidad y, al fin de cuentas, al capitalismo). Encima, subrayan Mastrini y Becerra (2006), el modelo competitivo, en el que todas las programadoras intentan captar los segmentos de audiencia más grandes, intensificó la tendencia a la homogeneización de productos más masivos, en detrimento de la diversidad de contenidos.

<sup>50</sup> La mencionada desregulación y privatización de finales del siglo XX marcó el fin de la gestión artesanal de las comunicaciones, permitió el cruce de capitales de una industria a otra y profundizó la erosión de la intervención estatal en el control de estas actividades.

<sup>51</sup> El autor habla de “un oligopolio empresarial global” (nueve corporaciones transnacionales) y de la “cartelización coordinada del sector”, que funde a los medios con el mundo de la publicidad y los convierte en gigantes “particularmente activos a la hora de hacer *lobby* de una manera muy efectiva en la política nacional e internacional”. En América Latina, en promedio los 4 primeros operadores de cada mercado dominan un 80% del mismo (Alcántara, 2012: 199-201, 204).

<sup>52</sup> Recelo hacia la autonomía de la clase política que en América Latina ha derivado, también, en la instrumentalización que las oligarquías han hecho de los militares y los tecnócratas, contra los políticos.

profesionalización de la política, aparejado a la progresiva autonomía de los partidos que, hasta inicios de la segunda mitad del siglo XX, habían mantenido una estrecha vinculación/subordinación con esas élites: esas “élites tradicionales”, al perder (parte de) su control sobre los partidos, han instrumentalizado<sup>53</sup> los actuales oligopolios que concentran la propiedad de los medios.

La medición de la concentración que utilizan Mastrini y Becerra (2006) es el CR4 o porcentaje de concentración de mercado de las cuatro principales firmas del sector, determinado a partir de dos variables: el volumen de facturación -para medir el potencial económico- y el porcentaje de audiencia. Los mercados son altamente concentrados si las cuatro principales empresas superan el 50% de la facturación total de la industria y de la audiencia. Sus resultados “registran muy altos niveles de concentración al considerar los cuatro primeros operadores por nivel de facturación”, asimismo en audiencia, “en casi todos los casos, en prácticamente la totalidad de las industrias analizadas y en casi todos los países, la suma de los cuatro primeros operadores supera el 50% del mercado” y en TV y prensa escrita, en todos los países, “el primer operador domina entre el 30 y el 50% de la facturación, datos que marcan una altísima concentración en la propiedad” (2006: 308). En cuanto a los factores favorables a la concentración, concluyen que “los países con mayor cantidad de habitantes tienen menores índices de concentración... que aquellos con poblaciones más reducidas” (2006: 308) y que “no parece haber correspondencia entre los índices de concentración de la propiedad y los de desarrollo humano” (2006: 317). Queda así constatada “la existencia de importantes grupos de comunicación que restringen más la diversidad de voces por ser reducido el número de propietarios del sector, ya que muchos tienen presencia dominante en varias ramas de la industria” (2006: 319).

Esa es la realidad acusada en el diagnóstico populista, según Waisbord (2014). Sociedades con “enormes deudas en términos de las contribuciones de los medios y el periodismo a la democracia. Los logros de la democracia política en las últimas décadas no se condicen con la situación de una estructura comunicacional calcificada” (2014: 23), copada por medios cuyos contenidos están “dominados por la lógica del sensacionalismo y el entretenimiento liviano” (2014: 196). La estructura de mercado es responsable de

---

<sup>53</sup> Esto dice mucho, por cierto, de la relación entre dueños de los medios y periodistas. Según Alcántara “la causa más importante a la hora de alterar el código profesional de los periodistas viene de los propietarios de los medios” (Alcántara, 2012: 200).

inequidades comunicativas en la esfera pública (la concentración eclipsa la diversidad de voces existentes). Absolutizar la lógica comercial de los medios recorta espacios para la deliberación y la información, porque limita las posibilidades de desarrollo del periodismo. La concepción profesional del periodismo nunca se consolidó en América Latina. No existió el consenso político-económico, la estabilidad política ni la regulación legal que frenara la discrecionalidad estatal, que lo hubieran posibilitado. Eso impidió que se alcanzara un consenso sobre práctica y valores del periodismo, impuesto en las escuelas de periodismo y en las salas de redacción. Ningún marco normativo se posicionó como de aceptación general para los periodistas. Gremio que no tuvo la fuerza para proteger su autonomía de intereses comerciales y políticos: la “ausencia de solidaridad profesional profundizó la vulnerabilidad del periodismo ante el empeño empresarial y político de moldear la cobertura a su imagen” (2014: 136). Tampoco la prensa partidaria se consolidó, debido a la inestabilidad de los partidos y de los regímenes políticos. Triunfó la prensa comercial sin periodismo profesional. Medios híbridos con finalidades económicas y político-ideológicas. Otros, simples “mascarones de proa de flotas industriales con una visión instrumental del periodismo” (2014: 135). Hubo (y hay) tendencias profesionalizantes, pero la suscripción de ese paradigma es traicionado en la práctica: persistente relación de connivencia con elites políticas y escasa separación del reporteo y la opinión. En suma, una profesión débilmente constituida y endémicamente fragmentada<sup>54</sup>.

El populismo niega que los medios puedan ser campos autónomos de la política, esferas de acción con reglas e intereses propios. Por eso reestructurar el sistema de medios es un elemento central de su agenda de transformación social, no desde la sociedad civil, sino desde el Estado, al que concibe como mecanismo idóneo para resolver las desigualdades e ineficiencias de la distribución de recursos comunicacionales existentes. Pero no ha estatizado el sistema de medios. Nunca hubo una ola de expropiaciones de medios<sup>55</sup>. No rechaza ortodoxamente la alternativa mercantil de organización de los

---

<sup>54</sup> Esa no existencia de consensos político-económicos en América Latina y la actual crisis de esos consensos en Europa y EEUU, han puesto de manifiesto la fragilidad histórica de la noción de “autonomía periodística”, pues las crecientes presiones por producir *rating* socavan las posibilidades de que las salas de redacción orienten su trabajo bajo estrictos criterios periodísticos de interés público. Sencillamente, dice Waisbord, “no hay afinidad funcional entre capitalismo y profesionalismo” (2014: 140), por lo que el afán profesionalista está atravesado por un conflicto de base no resuelto: la tensión entre el ideal del periodismo como servicio público y la estructura comercial de la prensa desde la que mayoritariamente se ejerce.

<sup>55</sup> Esa habría sido la hoja de ruta dictada en América Latina por una concepción marxista del periodismo, tal y como se expresa, por ejemplo, en el programa de gobierno de la Unidad Popular en Chile y en la obra de Camilo Taufic “*Periodismo y lucha de clases*”.

medios. Lo que hizo fue fortalecer el papel del Poder Ejecutivo en la dinámica de los sistemas de medios y polarizar a los medios privados y a los comunitarios, trabando con ellos relaciones de premios y castigos, según respalden o se opongan al presidente. Ello refleja la visión binaria de la política que tiene el populismo, con dos mundos opuestos de manera irreconciliable. Dicotomía en la que a los medios no les permite desempeñar un rol integrador de la pluralidad en el espacio público. Polaridad y politización en la que, al calor de una dura “estigmatización retórica de periodistas” (2014: 195), ha reavivado debates sobre la función del periodismo en democracia.

El populismo cree que la autonomía periodística es una utopía. Cree que es el maquillaje de los intereses de dueños de los medios. No hay concepción del periodismo que no esté asentada sobre determinados ideales respecto de la democracia, la ciudadanía y el conflicto político. La concepción populista del periodismo es más próxima al primer paradigma histórico de este, el periodismo de ideas. Lo llaman periodismo militante. Cree que el periodismo es siempre un instrumento, sea de las luchas populares o de la reacción antipopular. La importancia de esto radica en que la misión que se atribuya a la profesión repercutirá en las prácticas y decisiones cotidianas, “desde la selección de la información y las fuentes, hasta el armado de las notas” (2014: 129). Y el periodismo militante implica renunciar a la crítica/vigilancia del poder, a la provisión de información fáctica como servicio público y a pluralizar el espacio público dando acceso a distintas voces. El periodismo como una herramienta más de la política, como la propaganda (en eso se parece a la visión de los empresarios que “piensan que sus redacciones son un anexo de sus actividades comerciales” 2014: 158).

Un mismo esquema binario para periodismos y medios. Para construir la nueva hegemonía en ese sistema de medios, para reestructurarlo, esos gobiernos disponen discrecionalmente de cuantiosos recursos que emplean siguiendo la tradición del clientelismo mediático (relaciones de favores o castigos con determinadas compañías privadas, así como apoyos a los medios comunitarios simpatizantes, mientras se ignora o persigue a los críticos). A diferencia de la prensa partidaria europea, esos periodismos militantes no son sostenidos por cuotas de simpatizantes o asignados sus recursos según peso parlamentario, sino por un uso arbitrario de fondos públicos y prerrogativas estatales. Lejos de ser revolucionario, el populismo ha profundizado el patrimonialismo mediático que históricamente ha caracterizado las relaciones medios/políticos en la región. Defienden el carácter democrático de este sistema de medios, argumentando que

“las dos posiciones”, “popular” y “antipopular”, estarían representadas, como si en esa dicotomía se agotara el espectro de sensibilidades políticas de los ciudadanos<sup>56</sup>. No apoyar mecanismos de democracia electrónica (para potenciar la participación ciudadana) ni leyes de acceso a la información pública (perpetuando la histórica opacidad del Estado en América Latina), revela que más allá de la glorificación retórica de la voz popular, al populismo lo que le interesa es reforzar la voz presidencial con múltiples repetidoras.

## 2. COMPETENCIA POR EL PODER SIMBÓLICO:

Thompson (1998), al explicar el rol de los medios en el surgimiento de la modernidad, desarrolla una base teórica que permite comprender la trascendencia de los medios para los políticos y la competencia por el poder simbólico entre estos y la prensa. Una competencia que ayuda a comprender las dinámicas de relación entre ambos campos. Ya con la imprenta en el siglo XV, las autoridades habrían procurado aprovechar, pero sobre todo controlar, la producción y difusión de formas simbólicas, que, a partir de entonces, además de dejar de estar restringida a los contextos de interacción cara a cara, empezó a realizarse a gran escala. La razón de ese interés por controlar los medios<sup>57</sup> radica en que estos crearon nuevos tipos de relación e interacción<sup>58</sup> entre las personas y, en ese tanto, novedosas oportunidades (pero también riesgos) para quienes desearan ejercer y acumular poder simbólico. Define “poder”, en sentido genérico, como “la capacidad para actuar de acuerdo a la consecución de los propósitos e intereses de cada uno, la capacidad de intervenir en el curso de los acontecimientos y afectar su resultado”. Luego distingue con fines estrictamente analíticos 4 formas distintas de poder: económico, político, coercitivo y simbólico (1998: 28-35).

---

<sup>56</sup> Waisbord critica esta visión populista por ignorar el dinamismo y la fragmentación del conflicto social y de las demandas ciudadanas. Condena a la extinción a los periodismos que no gocen del amparo gubernamental ni del corporativo. Pero, además, los periodismos polarizados refuerzan las visiones de mundo de sus públicos, no invitan a cuestionarse las creencias compartidas ni al diálogo plural. Ignoran que en democracia son necesarios los espacios comunes para la afirmación de las diferencias, el encuentro, discusión, búsqueda de consensos y compromisos, todo lo cual podría ser provisto por la complementariedad de un sistema de medios comerciales no polarizado según afección o desafección al gobierno, medios comunitarios independientes y periodismo público no gubernamental. El populismo no ha reforzado la comunicación pública sino la gubernamental.

<sup>57</sup> Thompson (1998: 47) define a las industrias mediáticas como “las instituciones que, desde la Alta Edad Media hasta el día de hoy, se han estado ocupando de la explotación comercial de las innovaciones técnicas que permiten producir y difundir formas simbólicas de manera generalizada”.

<sup>58</sup> La llamada por el autor “casi-interacción mediática”, desligada en el espacio y en el tiempo de su contexto de producción, de muchísimo mayor alcance.

Los medios, dentro de su “campo de interacción”<sup>59</sup>, y gracias a que han acumulado recursos (medios para alcanzar sus objetivos de manera efectiva), han consolidado progresivamente su poder simbólico, es decir, “la capacidad de intervenir en el transcurso de los acontecimientos, para influir en las acciones de los otros y crear acontecimientos reales, a través de los medios de producción y transmisión de las formas simbólicas” (1998: 34). La relevancia que los medios siempre han tenido para el Estado radicaría en que el poder político (autoridad para coordinar a los individuos y regular sus patrones de interacción) depende de su capacidad para ejercer, además del poder coercitivo, poder simbólico que sustente la creencia de legitimidad. Los medios tienen una estructura apta para la acumulación intensiva de los recursos para el ejercicio de esa forma de poder: desde los medios técnicos para la difusión de la información, hasta las habilidades y competencias empleadas en la producción de los contenidos simbólicos. Un tipo de recursos especialmente relevantes a este respecto es el prestigio, reconocimiento y respeto; el llamado “capital simbólico”. Por eso para Bourdieu (1997) los periodistas “deben su importancia en el mundo social a que ostentan el monopolio de hecho de los medios de producción y difusión a gran escala de la información”, desplegando “una forma realmente insólita de dominación: son dueños de los medios de expresarse públicamente, de existir públicamente, de ser famoso, de alcanzar la notoriedad pública, lo que para los políticos (...) significa un reto capital”, lo que les hace gozar de “una consideración con frecuencia desproporcionada en relación con sus méritos intelectuales” (1997: 67). En palabras de Uriarte (2000), que la lucha por el apoyo ciudadano y la confianza en las instituciones, se dirima en los medios, ha permitido que la prensa pase de ser víctima del poder a ser un poder en sí misma, con la fuerza necesaria para, incluso, convertir a los políticos en sus víctimas.

Fue un proceso gradual. Desde la segunda mitad del siglo XV, rastrea Thompson (1998), las industrias mediáticas se convierten en la nueva base del poder simbólico. Que sus productos devinieran en bienes de consumo permitió su relativa independencia. A pesar de las presiones del Estado y la Iglesia, ambos pretendiendo utilizarla y reprimirla, la industria de impresión creó nuevos centros y redes de poder simbólico: además de negocios, eran instituciones culturales, lugar de reunión para el intercambio de ideas. Por

---

<sup>59</sup> Thompson (1998: 28-29) define los “campos de interacción” como los contextos sociales estructurados en los que los individuos llevan a cabo sus propósitos y en los que ocupan diferentes posiciones según los recursos de los que dispongan (que pueden acumularse o perderse). Estos sustentan el “poder” de cada individuo. Las instituciones estabilizan, a la vez que crean, nuevas posiciones para los individuos al interior de estos campos.

eso los productos de los medios tienen un impacto directo en la configuración de la esfera pública, conforme se vio en el apartado anterior. Su surgimiento provocó el desarrollo en el intercambio de noticias del que nacería la prensa<sup>60</sup>. En el siglo XVII, conforme los estrictos controles gubernamentales empiezan a flexibilizarse, aparecen más noticias domésticas, cada vez más demandadas al calor de las crisis y debates políticos. Las publicaciones periódicas comienzan a jugar un papel clave en las cuestiones de Estado, dando difusión a la crítica y a la opinión, y popularizando en el siglo XVIII el género del ensayo político. Ya en el siglo XX los medios dejan de ser solo un factor a considerar por el poder político y se convierten en su escenario de acción<sup>61</sup>. Al controlar el flujo de información, los medios desempeñan un rol crucial en el devenir de los acontecimientos: no solo cuentan hechos, en realidad dan forma e influyen el curso de los sucesos, llegando incluso a crear acontecimientos que no habrían existido sin su concurso<sup>62</sup>. Todo ello crea motivaciones adicionales en el mundo de la política para procurar el uso o la limitación de los medios.

En la actualidad, afirma Maravall (2003), los medios juegan un rol determinante en la competición política. No solo porque frecuentemente lleguen a ocupar “el lugar de la oposición en el parlamento”, dirigiéndola y orientando la agenda de los debates (2003: 24), sino porque, en general, la teoría democrática se basa en el control retrospectivo de los gobiernos, en el premio y castigo electoral de la gestión política. La información con que cuente el elector estará en la base de su capacidad para atribuir correctamente responsabilidades políticas. Por eso, coincide Thompson (1998), los medios son parte fundamental de un campo de interacción en el que individuos y grupos persiguen sus objetivos. Campo en el que algunos cuentan con mayores oportunidades para utilizar los medios que otros, lo que no significa que puedan controlar el curso de los acontecimientos (en el campo mediático las relaciones de poder pueden cambiar rápida, radical e imprevisiblemente). La relación entre un nuevo tipo de visibilidad y el poder ha

---

<sup>60</sup> Las redes de comunicación hasta entonces existentes (los canales por los que viajaba la información de poblado en poblado), eran mayormente controladas por la Iglesia, por las autoridades políticas. La organización social del poder simbólico quedaba trastocada.

<sup>61</sup> Los mensajes mediáticos pueden estimular, alimentar e intensificar formas de acción colectiva, generar “acción-respuesta” incluso en individuos que no participaron de la casi-interacción mediática (pero a quienes les refirieron lo difundido). Asimismo, por efecto de la mediatización extendida y de la autoreferencialidad de los medios, esos mensajes pueden ser retomados por otros medios.

<sup>62</sup> Aún más, para el autor ha cambiado la forma en que los individuos adquieren un sentido del pasado y del mundo más allá de su contexto inmediato. La percepción del pasado depende hoy en buena medida de una “historicidad mediática”. Asimismo, la percepción del mundo más allá de la experiencia personal depende cada vez más de la “experiencia mediática”. Y otro tanto habría que decir del sentido de pertenencia, gracias a una “sociabilidad mediática” (1998:55-57).



modificado la esfera pública y obligado a los políticos a ser muy cuidadosos en la gestión de su visibilidad, sobre todo a partir de la irrupción de la democracia liberal en la que los políticos deben competir (gestionando su visibilidad) por el favor popular para la obtención o conservación del poder.

Para Ortega (2003) este es el marco en el que deben entenderse las relaciones entre periodistas y políticos. El hecho de compartir el espacio público hace que se necesiten funcionalmente (estos para tener notoriedad y aquellos para mantener la imagen de servicio público de su profesión)<sup>63</sup>, que desarrollen estrategias de manipulación mutua y se generen relaciones de auténtica “connivencia” y “parasitismo”. Pero en esa relación, ni la mutua necesidad es exactamente igual (el político depende más del periodista, que tiene la llave de acceso a la escena mediática) ni es pacífica: son “antagonistas complementarios”. Por un lado, sabedor de la fragilidad de su liderazgo, el político se protege del periodista con el secreto y la prudencia de un lenguaje en extremo contenido, además de la mediación profesional de los gabinetes de prensa<sup>64</sup>, cuya estrategia, apunta Mazzoleni (2010: 56) oscila entre “soslayar” y “atraerse” a los medios<sup>65</sup>. Por el otro, el periodista gana estatus revelando esos secretos y abandona como fuente a la que se excede en precauciones. También para Thompson (1998) esa visibilidad puede ser fuente de fragilidad. Da ocasión para indiscreciones, arrebatos o contradicciones que, si bien siempre les han ocurrido a los gobernantes, los medios tienen la capacidad de proyectarlos, una y otra vez, a cantidades de receptores antes inimaginables. Una forma de lidiar con las amenazas que esto entraña para los políticos ha sido la de establecer con la prensa una relación simbiótica, en la que los propios políticos (sus colaboradores especializados) proveen a los medios las imágenes e historias suficientes para llenar sus horarios de emisión, al tiempo que controlan y restringen el acceso directo de los periodistas al personaje público. Sin embargo, en las democracias liberales las medidas de control siempre quedan lejos de conjurar todos los riesgos. Flinders (2012) también encuentra ahí la razón del lenguaje político formateado. A la audiencia se le invita a juzgar la puesta en escena de los políticos, no los temas de fondo. El efecto es que estos descartan

---

<sup>63</sup> Muñoz (1988) y Ortega (2003) desarrollan la metáfora de “simbiosis” para caracterizar las relaciones de desconfianza, cooperación y mutua dependencia, entre periodistas y políticos.

<sup>64</sup> Una reacción de los políticos que los periodistas suelen criticar. Esos profesionales de la comunicación que los políticos interponen entre ellos y los medios para protegerse, tendrían como objetivo, por ejemplo para Gabilondo (2011), atrofiarles el instinto a los periodistas, hacerles perder la pista e intoxicarlos con pseudoinformación.

<sup>65</sup> “Facilitar” el trabajo de la prensa con información pre-fabricada y adularla para ganar una cobertura favorable, y evitar y “sancionar” las situaciones de riesgo que puedan crear los periodistas “incómodos”.

la posibilidad de hablar con franqueza y profundidad con la ciudadanía a través de los medios y recurren a la ayuda de distintos profesionales de la comunicación y a un lenguaje lo suficientemente contenido, ambiguo e insustancial, para impedir que los medios utilicen sus declaraciones en historias destructivas. Y cuando los políticos profesionalizan su comunicación en aras de que sus mensajes lleguen al público de la forma más íntegra posible, los acusan de querer manipular la información (2012: 153).

De modo que, argumenta Thompson (1998), los medios se erigieron en la herramienta para hacer aparecer ante la mayoría a quienes ejercen el poder, sujetándolos a un cierto tipo de visibilidad y, a la vez, hicieron a esas autoridades más dependientes de los medios para hacer públicos sus mensajes. Esta visibilidad mediática hace del ejercicio del poder algo más abierto y menos propenso al abuso, pero también añade fragilidad a la esfera política, paraliza la acción política (al debilitar sus liderazgos) y promueve el cinismo y la desafección que mucha gente siente hacia los políticos y las instituciones, abriendo así el espacio político para nuevas formas de demagogia. La razón, para Ortega (2007), está en que el escenario para esa visibilidad es controlado por los medios, de acuerdo a su lógica y fines. Con el agravante de que ese control de los políticos por parte de los medios está dirigido hacia “el debilitamiento o la pérdida del liderazgo político (...) y el desarrollo de una creciente desconfianza (o deslegitimación) de los políticos sometidos a una especie de proceso mediático-judicial continuo” (Ortega y Humanes, 2000: 81). Lo cual es posible, según Alcántara (2012: 196), gracias al papel preponderante de los medios en la construcción de las representaciones que la gente se hace sobre los políticos, a su evaluación, mediante el “*framing* de la mente del público”, particularmente fuerte con ocasión de la noticia política.

Por ejemplo, Pereira (2000) estudia la relación entre los medios y la antipolítica en Brasil. Entiende esta como expresión de una desconfianza arraigada en la cultura política de algunos países. Esa “actitud de desconfianza en relación con la política no es un invento de los medios: se trata más bien de un rasgo antiguo de nuestra tradición política”. A cargo de los medios corre “la acentuación de ese rasgo siempre presente en la cultura política del país”. Muestra de ello son producciones de la cultura de masas, en los géneros del humor y la sátira, o en las telenovelas: “varios estudios han llamado la atención hacia la descalificación de la política promovida por las telenovelas brasileñas (...) En las telenovelas todos los políticos son corruptos e incapaces, construyendo generalizaciones extremadamente negativas en relación con la política. Como los noticieros

televisivos, las telenovelas contribuyen a la constitución de un escenario de representación política (...) en donde la clase política es permanentemente descalificada”. Tendencia que, en la cobertura noticiosa, deviene en sesgo: “La antipolítica de los medios de comunicación tiene una faceta particular: la actitud antiinstitucional. Esta actitud se refleja directamente en la forma a través de la cual (...) cubren el funcionamiento de las principales instituciones políticas (...) la cobertura esencialmente negativa no hace distinción entre el desempeño mediocre de algunos miembros de esas instituciones y la importancia de las mismas para el régimen democrático” (2000: 29-30). El autor señala un conflicto de legitimidades entre los medios y el sistema político, en virtud del cual, los primeros, a fin de rentabilizar su negocio, encuentran estímulo en deslegitimar al sistema político: “la necesidad de legitimación de los medios puede entrar en conflicto con la legitimación del sistema, pues depende de la integridad de su relación con la audiencia”. Por ello “un liderazgo más hábil e inteligente no puede revertir la falta de confianza, porque un número de intereses importantes tiene posiciones firmes en la conservación de dudas del público sobre el gobierno. Estos intereses incluyen a los medios (...) que descubrieron que malas noticias son más efectivas que las buenas en la competencia por la audiencia” (2000: 27, 31).

Como se ve, Pereira apunta a un interés comercial por desprestigiar a los políticos pero, también, a un interés relacionado con el vínculo entre los medios y su audiencia. Uriarte (2000) también cree que la intención detrás del retrato negativo que hacen los medios de la política, es vender más, pero, además, controlar mejor a los políticos. A comprender esa motivación más allá de lo comercial contribuye, entre otros autores que a continuación repasaremos, Bourdieu (1997), para el que ambos, política y prensa, comparten el ser los dos campos más sometidos a la sanción del público, el periodista incluso más que el político (está más “sujeto al plebiscito”)<sup>66</sup>. Y aunque él centra su análisis en la TV, en el fondo de lo que se trata es de la gestión de la visibilidad pública, de la reputación, cuya importancia para la prensa ya había sido abordada por Weber (1992) en 1910 cuando llamó la atención sobre el salto a la política de los periodistas y de los empresarios de medios, gracias al prestigio conseguido en el mundo de la prensa. Es la tesis que desarrolló él mismo (2007) en 1919, al analizar la política como profesión: el periodista y el político se asemejan en que ambos son herederos de la tradición del

---

<sup>66</sup> Por eso, para Bourdieu, los dos buscan salir en la TV porque hoy “ser” es “ser visto”. Y mejor aún ser “bien visto” por los periodistas, lo que implica “compromisos y componendas” (1997: 17). La televisión convertida en “el árbitro de acceso a la existencia social y política” (1997: 28).

demagogo (“el periodista es actualmente el representante más importante de la figura del demagogo”). Dada su influencia y posibilidades de intervenir en el debate público, “la carrera periodística continúa siendo una de las más importantes vías para la profesionalidad política”. Aún más, hasta principios del siglo XIX, cuando la actividad política se desarrollaba de forma ocasional y *ad honorem*, “solo el periodista es un político profesional pagado, y solo la actividad periodística es una actividad política continuada”. Paradójicamente, las mismas condiciones que lo empujan a la demagogia (su precariedad laboral y el hecho de que su trabajo sea juzgado por los sectores más bajos de la sociedad), están asociadas a sus dificultades para alcanzar el máximo liderazgo político: su “indisponibilidad” o falta de capital, le trunca las posibilidades de escalar a lo interno de los partidos<sup>67</sup>. Los poderosos les temen por su capacidad para hacer daño, pero los menosprecian por su origen social<sup>68</sup>. La conclusión de Weber es elocuente: “el trabajador del periodismo tiene cada vez menos influencia política (...) el magnate capitalista de la prensa tiene cada vez más”. Consorcios, dice, que han actuado como “típicos cultivadores de la indiferencia política” (2007: 89-98).

Esa importancia de la reputación en el ejercicio del poder simbólico, para los políticos pero también para los periodistas, es la base teórica sobre la que Thompson (2001) construye su teoría social de los escándalos. El incremento de la cuasi-interacción mediática transformó la visibilidad en la sociedad moderna. Los líderes políticos empezaron a buscar la simpatía de sus públicos mostrándose como amigos. Eso los “humanizó” y favoreció que empezaran a ser cada vez más valorados por su carácter y por la confianza que despertaban, que por su gestión pública, creándoles nuevos riesgos: las nuevas razones para ser apreciados entrañaban nuevas razones para ser condenados. Los escándalos constituyen “luchas por la obtención del poder simbólico en las que están en juego la reputación y la confianza”: puede tener consecuencias materiales, pero su mayor impacto lo asesta sobre el capital simbólico. Destruir la reputación de alguien “es destruir o perjudicar su credibilidad, y por consiguiente, debilitar o socavar su capacidad para persuadir e influir sobre otras personas, su capacidad para garantizar un vínculo de confianza y hacer que sus palabras se transformen en hechos”<sup>69</sup> (2001: 147-150). El

---

<sup>67</sup> Weber incluso dice que aquellos que, por su situación patrimonial, estén obligados a “vivir de la política”, “siempre podrán considerar la alternativa del periodismo” (2007: 123).

<sup>68</sup> Añade que los periodistas, al igual que los funcionarios a sueldo de los partidos, “comparten el odio de estar desclasados” (2007: 124).

<sup>69</sup> En cuanto a su impacto sobre la sociedad en su conjunto, para el autor la progresiva pérdida de confianza en los gobernantes estaría asociada con la preminencia de los escándalos desde finales del siglo XX y

mayor protagonismo del escándalo desde finales del siglo XX, se debe a importantes procesos de cambio social: El declive de la militancia político partidaria en las sociedades actuales (debido a que los partidos perdieron los apoyos del viejo sistema de afinidades de “clase”), agudizó la dependencia de los políticos respecto de los medios y profundizó el “declive gradual de la política ideológica” en favor de la “política de la confianza” (2001: 338-354). Al respecto cabe recordar que para Manin (1998) las actuales “democracias de audiencia” son resultantes una crisis de otra forma de representación: la establecida sobre la base de partidos de masas. Son los dos pilares de esta última (que estrechaban el vínculo entre representantes y representados), la identificación partidaria y el voto a partir de programas electorales diferenciados, los que parecen estarse diluyendo. Esa identificación es hoy tan tenue como irrelevantes los programas electorales; el voto ya no se estructura en clases sociales y responde a la personalidad de los líderes, a la confianza personal que inspiren (lo que depende de su dominio de las técnicas de comunicación mediática<sup>70</sup>). El vínculo representante/representados salta la mediación partidaria y se personaliza, a través de los medios.

De modo que en este tipo de democracia, erosionar la confianza es debilitar el poder, lo cual si bien no es novedoso, sí tiene más peso en esta democracia de audiencia y lealtades partidarias difuminadas. Castells (2009) entiende la política como el proceso de asignación de poder. Las relaciones de poder se basan principalmente en la capacidad para moldear las mentes construyendo significados mediante la creación de imágenes. Las ideas son imágenes, visuales o no, en el cerebro. Para la sociedad en su conjunto, la creación de imágenes ocurre en el ámbito de la comunicación socializada, que, en la sociedad contemporánea, se realiza principalmente en los medios. Esa es la razón (junto con el declive de la militancia partidaria) por la que, actualmente, la política es una “política mediática”, es decir, una forma de hacer política en y a través de los medios. Unos medios que cada vez pertenecen a menos propietarios y cuya representación de la política cada vez se parece más. En esta política mediática, la “política del escándalo” adquiere un grado de preponderancia que nunca tuvo. Una forma de lucha por el poder más antigua que la que se realiza formalmente mediante leyes electorales, pero que en la “sociedad red” adquiere, además de mayor trascendencia, especificidades significativas (Castells, 2009: 275, 322-323).

---

tendría consecuencias negativas para el funcionamiento de la política democrática que presupone la confianza entre representados y representantes.

<sup>70</sup> “La democracia de audiencias es el gobierno de los expertos en medios” (1998: 269).

Castells advierte el impacto de ello. La mayoría de ciudadanos de todo el mundo desconfía de sus gobiernos y aún más desprecian a los políticos y partidos, y creen que sus gobernantes “no representan la voluntad popular”. Así, la confianza pública en el gobierno y las instituciones políticas “ha disminuido sustancialmente en las tres últimas décadas” porque “la percepción de la corrupción es el principal predictor de la desconfianza política”, a la vez que “la confianza en el gobierno se ha convertido en un importante e independiente predictor de apoyo a las políticas del gobierno”, a las instituciones y hasta al sistema político mismo (2009: 327, 376-377). La percepción de la corrupción mina la confianza política, básica para que los ciudadanos respeten la delegación de poder que hacen a sus gobernantes. Ello deriva en una crisis de legitimidad, que es la incredulidad generalizada en la autoridad de los líderes políticos para tomar decisiones en nombre de los ciudadanos. Aunque la corrupción podría no haber aumentado, sí lo ha hecho su publicidad, su percepción e impacto en la confianza política psicológica, lo que está directamente relacionado con el dominio de la política del escándalo, escenificada en el marco de la política mediática. Se genera “una espiral descendente en la que al hastío de la ciudadanía se sumen negatividad y cinismo”. Y como la “forma decisiva de ejercicio del poder se lleva a cabo mediante el moldeado de la mente” y ese proceso depende “en gran medida” de la comunicación, la mente política queda “encerrada” en redes de medios. Es el “confinamiento” de la democracia en la esfera de esos medios en los que hoy se producen los significados. Ocurre “una disociación sistémica entre el poder de la comunicación y el poder representativo” (2009: 391-392).

Desde luego que no todo es achacable a los medios. Para Thompson (2001) la relevancia central de los escándalos en la política de las democracias liberales se debe, también, a que en estas: tiene un peso decisivo la idea de que todas las personas están sujetas a la ley; la reputación personal, como ya se dijo, es fundamental para ser votado; y la competencia por el poder (de suma cero) hace que el respaldo que recibe A dependa del no-respaldo que reciba B, lo que incentiva los ataques a la reputación del oponente. Un caso extremo de ello es el analizado por Maravall (2008): la “estrategia de crispación” en el marco de la confrontación política. Desarrollada por partidos con desventaja en temas posicionales o en su ubicación ideológica respecto de la del electorado. Consiste en tensar al máximo el debate sobre temas transversales (capacidad, honorabilidad, patriotismo) y sin limitaciones en el uso de temas convencionalmente vedados de la lucha

inter-partidista, con el objetivo de destruir la reputación del adversario, neutralizarlo políticamente y, así, tener “la sartén del poder por el mango, con los menores controles posibles para decidir con discrecionalidad” (2008: 21). En los casos españoles que analiza, esa estrategia fue concebida y llevada a cabo “de manera conjunta” por el PP, un sector del Poder Judicial y medios/periodistas conservadores<sup>71</sup> (2008: 89) que desde el principio llevaron la iniciativa (2003). Una “conspiración” orientada a la “descalificación absoluta del adversario”, mediante una “estrategia concertada de dramatización” de la realidad, que acaba por “demonizar al adversario” (2008: 124). Cada noticia es considerada un arma en la lucha política, “cada suministrador de información es o bien parte del equipo de casa o del enemigo. Se trata de una concepción radical del papel de la información, con ausencia de hechos comúnmente aceptados que enmarquen el debate” (2008: 50). Nótese, eso sí, que aun proviniendo del campo político el impulso de los procesos deslegitimadores, los medios y la prensa resultan piezas centrales. Según Castells (2003: 437), refiriéndose puntualmente al papel que desempeñaron medios y periodistas en el “aluvión judicial-mediático antisocialista”, estos tenían el objetivo de “acrecentar su influencia, sus ventas y su prestigio profesional”.

Por eso para Thompson (2001) el otro gran factor que explica la relevancia central de los escándalos en las democracias liberales, es que en estas la prensa tiene más autonomía para acceder a informaciones potencialmente escandalosas (e incentivo comercial para publicarlas). Uriarte (2000) es más tajante aun: atribuye a la prensa el desprestigio de la política y los políticos, el malestar y la desconfianza hacia ellos<sup>72</sup>, como “factor explicativo más importante”. Igual Flinders (2012): acusa a la prensa de reducir su labor a producir una “desconfianza teatral” sobre los políticos (2012: 149), mediante la “influencia corrosiva” sobre la confianza pública del constante negativismo periodístico. Afirma que la demagogia mercenaria de los medios ha llegado a tal punto que socava los soportes de la política democrática. Insiste en que la “brecha de expectativas”, el malestar, las falsas necesidades y los falsos temores, de la gente con y

---

<sup>71</sup> Maravall afirma que, en la primera de esas “campañas”, además de la caída de Felipe González, se pretendía evitar el proceso penal contra un banquero, copropietario del periódico que lideró las denuncias. En el caso de Rodríguez Zapatero, la Iglesia Católica se sumó a esa “campaña coordinada” (2008:125). Ya Cebrián (1985) había advertido que los políticos compran columnistas y periodistas, así como atribuido una parte de las críticas al gobierno, a periodistas que, en realidad, son “políticos quintacolumnistas” (1985: 15) o a la “obsesión... por derrumbar y encumbrar presidentes” (2009: 25). Entre otros efectos, Maravall achaca a esta estrategia el “hastío con la política y los políticos” (2008:112).

<sup>72</sup> En una investigación posterior, Uriarte (2001) concluyó que los políticos españoles también atribuyen parte de su descrédito a la labor de los medios de comunicación y consideran que frecuentemente los periodistas pretenden ocupar su lugar.

hacia la política, no tienen que ver solo con la mala conducta de los políticos, sino con esta tendencia de los medios. La gente odia a los políticos porque su principal fuente de información al respecto son unos medios con un “enfoque abrumadoramente negativo de la política” (2012: 151) que “venden” la perezosa y cínica presuposición de que todos los políticos son mentirosos (2012: 145)<sup>73</sup>. Con exageraciones y tergiversaciones, con fragmentos de declaraciones e incidentes aislados, ofrecen la “dieta diaria” que alimenta una “cultura de desprecio” hacia la política (2012: 144) y construyen la visión de que todos los políticos se mueven solo por el interés personal. Enfatizan los conflictos en lugar de clarificar los procesos de toma de decisiones.

Flinders (2012) dice que en la cobertura de la política se ha impuesto una interpretación restrictiva de esta, según la cual lo que se juega en ella es siempre la conquista o el mantenimiento el poder. Con ello provocan que toda decisión o intención política sea leída solo en términos de beneficios partidarios o individuales, ignorando cualquier beneficio económico o social. Bourdieu (1997) atribuye esto último a su posición ambigua en el mundo político, en el que son muy influyentes pero al que no pertenecen, lo que les hace propensos a interpretar la política de forma cínica, con sospecha y a “buscar las causas de las tomas de posición más desinteresadas y de las convicciones más sinceras en los intereses” más pedestres, como las rivalidades políticas. Eso les lleva a incorporar, tanto en sus comentarios como en sus preguntas, “una visión cínica del mundo político, visto como una especie de rueda a merced de los manejos de unos ambiciosos desprovistos de convicciones, guiados por intereses de la competencia que los enfrenta” (1997: 129-130). El lenguaje utilizado, continua Flinders (2012), es de extremos, sin grises, binario, con historias de santos y pecadores, triunfos y desastres, caballeros y bribones, en el que los temas de fondo son despolitizados y su debate bloqueado. La división entre noticia y opinión se ha erosionado. Todas las historias se amoldan a marcos narrativos predefinidos en los cuales los políticos no son confiables. El periodismo como profesión se ha convertido en un “deporte de sangre”, obsesionado con “demonizar” a los políticos. La descripción de “cuarto poder” ha quedado superada,

---

<sup>73</sup> Es decir, suscribe la tesis que relaciona el “videomalestar” con el cinismo y la desconfianza hacia la política e insiste en que la tesis del “círculo virtuoso” de Pippa Norris se cumple solo en aquellas personas ya interesadas de por sí en la política. Reconoce, aun así, la cada vez menor relevancia de la prensa tradicional precisamente en los sectores sociales que se muestran más desafectos de la política, por lo que busca relacionar ese malestar con el auge de la comedia y la sátira política.



pues ahora tienen una “inigualable habilidad para crear o romper reputaciones” (2012: 143, 145).

Ahora bien, la cuestión es si de todo esto la prensa puede derivar legitimación, prestigio y poder simbólico; si esa representación de la política está relacionada con la reputación de la profesión periodística. Thompson (2001) vincula lo que llama “cultura de la puesta en cuestión” de los años 60 y 70, con el auge del periodismo de investigación (el hito del *Watergate*), que contribuyó a “alterar la cultura del periodismo” y a crear en los “círculos mediáticos” la idea de que la búsqueda y revelación de secretos o asuntos ocultos constituía una parte fundamental de la actividad periodística. Los desvelamientos empezaron a legitimar las actividades de los periodistas y, a la vez, a favorecer “una atmósfera de escepticismo” hacia los dirigentes (2001: 156-161). De modo que la relación entre escándalo y medios viene dada, primero, por el hecho de que el escándalo vende, pero también por su imbricación con la identidad profesional del periodista: revelarlos es la “forma de dar cumplimiento a su vocación de ser guardianes del interés público” (2001: 56)<sup>74</sup>. Misma lectura hacen Hallin y Mancini (2008): el reciente aumento de escándalos políticos “refleja importantes cambios en la relación entre los medios de comunicación y el Estado”. La creciente frecuencia de escándalos políticos y el “constante torrente de críticas hacia los políticos y las acciones de los partidos”, expresan una actitud más reivindicativa de los periodistas en relación con las “élites estatales”. Actitud relacionada con valores y creencias políticas, con “maneras de enfocar y representar el mundo político”, que afectan, indirectamente, “las concepciones que tienen los periodistas de su propio papel en la sociedad, sus valores profesionales y sus prácticas de representación”, dando lugar a una nueva “cultura del periodismo y de los medios”<sup>75</sup> (2008: 272-273).

Cultura profesional que acerca los enfoques sobre la política de los medios más diversos. Ya McQuail (1998) había concluido que la pluralidad de medios no se traduce en una de mensajes, debido al efecto de “imitación en el periodismo”: dependencia de las

---

<sup>74</sup> Para Thompson (2001), la competencia por poder simbólico no es solo entre políticos, sino también de estos con los medios y con los periodistas. Los medios son esferas de interacción con sus propios intereses particulares que los llevan, a veces, a intervenir (echando mano de poder simbólico) directamente en la esfera política. Y entre políticos y periodistas la relación está signada por la dependencia, proximidad y armonía, pero también por la tensión y conflictos, porque ambos tratan de controlar las corrientes de opinión pública.

<sup>75</sup> Al inicio de la obra refieren diferentes “culturas periodísticas” que se manifiestan en distintos estilos de redacción; mayor presencia del comentario enérgico o “estilo informativo telegráfico”; rígida separación entre artículos de opinión y noticias, o mezcla libre de estos. Periodistas para los que son más relevantes sus pies (obtención de información), que su cabeza (análisis, interpretación) (Hallin y Mancini, 2008: 26-27).

mismas fuentes y compartir prácticas periodísticas y valores en la noticias (1998: 244). Por ejemplo, Pereira (2000) muestra cómo las prácticas intra-grupales de los periodistas explican que la representación de la política en los diferentes medios siga los mismos patrones (tanto en enfoque, como en agenda). Algunos de “los factores que llevan a esa homogenización son: los presupuestos comunes de los periodistas en relación con el criterio de aceptación de su trabajo por el público (prioridad a la emoción, a los elementos negativos y a la comprensión fácil); la fuerte influencia recíproca en la construcción de marcos de referencia (los periódicos siguen a la TV y viceversa); la búsqueda de aprobación de los colegas y superiores; la dependencia común en relación con ciertas fuentes”. Homogenización de los enfoques que produce la generalización de su retórica antipolítica: “es obvio que corrupción y actos antiéticos no son privilegios del Congreso. Sin embargo, los medios presentan a la clase política de manera homogenizada, generando muchas veces la impresión de que corrupción, cinismo y abusos son monopolio de los políticos, de los partidos o del Congreso”. En relación a este último, la práctica ha sido “concentrar su enfoque en los aspectos negativos y construir generalizaciones de la institución como un todo”, atribuyendo esos ejemplos negativos como si fueran consustanciales a los órganos de representación política: “contribuyendo a construir la visión en los públicos masivos de que el Congreso es solamente la esfera de la corrupción y de las irregularidades” (2000: 31-32).

En punto a la corrupción cabe hacer un paréntesis para destacar la relación que, con ocasión de esta, se traba entre periodistas y jueces (dupla que, junto a la opinión pública, fue bautizada por Alain Minc<sup>76</sup> “nueva santa trinidad”). Hallin y Mancini (2008) dicen que cuando los protagonistas principales de un conflicto son los jueces y los políticos, los periodistas toman partido, de inmediato, por los primeros. Y Castells (2009) refiere la “relación simbiótica” entre jueces y periodistas, cual si de aliados en defensa de la moralidad y contra “los poderosos” -los políticos- se tratara (2009: 322-323). Por su parte Maravall (2003) explica otros procesos de enfrentamiento entre los medios y los políticos, en los que no existe una alianza entre la oposición y la prensa, sino entre esta y los jueces. Fue el caso de *Mani pulite*, en el que el Poder Judicial e industriales poderosos (dueños de, o influyentes en, los medios) se enfrentaron a los políticos<sup>77</sup>. Los jueces,

---

<sup>76</sup> Citado por Ortega, 2006.

<sup>77</sup> La antesala fueron jueces asesinados por la mafia y empresarios cansados de las exigencias financieras ilegales de los partidos, preocupados por el eventual aumento de impuestos pretendido por los políticos y sin interés en conservar la alianza mantenida con estos para protegerse de la competencia comercial exterior, dada la integración de la economía europea.

conscientes de carecer de fuerza para enfrentarse por sí solos a los políticos, buscaron el apoyo de los medios filtrándoles información confidencial de los expedientes<sup>78</sup>. A los medios les convenía la alianza, porque así accedían a un “material precioso” para sus ediciones y aumentaban “su influencia política y sus ventas” (2003: 200). Se comprende que luego, según Uriarte (2010: 10), los periodistas encuentren “aliados” en los jueces a la hora de enfrentar querellas<sup>79</sup>. Los jueces rara vez actúan contra ellos debido a una concepción “sacrosanta de la libertad de expresión”.

Ahora bien, ¿por qué hacer de la política el blanco de los ataques? Primero por el traslape ya comentado (y en el que se profundizará en el próximo apartado), entre los roles del periodista y del político. Segundo, por lo “fácil”, argumenta Flinders (2012), que resulta: la política es fácilmente denigrable porque constantemente produce resultados limitados o difíciles de explicar, exige que algunos asuntos sean mantenidos en secreto, el incumplimiento de las promesas o la autorización de prácticas que, en circunstancias ideales, no se tolerarían. Los periodistas pueden ignorar esas realidades pues no son ellos quienes toman las decisiones, cultivar la indiferencia hacia las verdaderas complejidades de las tomas de decisión política, rechazando así la responsabilidad que acompaña su poder. Parecieran vivir en un “universo paralelo”, en el que es muy fácil sentenciar “lo que debe hacerse” porque la responsabilidad y consecuencias por lo que se decida, nunca será de ellos. El resultado es la creencia de que los problemas sociales serían fácilmente solucionables con buena voluntad y deposición de “mezquinos” intereses particulares. Tercero, por la crisis de la propia profesión periodística: Ortega y Humanes (2000) concluyen que es en relación con los políticos que los periodistas pueden desarrollar una conciencia de rol como héroes de la libertad y la transparencia. Una propensión que se vería reforzada por los cambios tecnológicos: los flujos de información gracias a la masificación del internet no harían desaparecer la profesión, pero sí la transformarían: los periodistas se ocuparían menos de su clásica tarea de informadores y se convertirían cada vez más en “fuentes de orientación, opinión y evaluación” de datos aportados por otros o

---

<sup>78</sup> Con el confeso propósito de generar un “veredicto de los ciudadanos” que refuerce, e incluso presione, la decisión judicial (2003: 208). Ortega (2006) da cuenta de cómo ello se ha revertido contra los propios jueces: en el terreno judicial “la presión de los medios está orientada tanto a modelar la opinión (en contra del acusado) cuanto a dificultar que la sanción judicial se resuelva en una dirección opuesta a la por ellos definida” (2006: 36).

<sup>79</sup> Un ejemplo es la doctrina jurisprudencial vigente (tanto en España como en Costa Rica) según la cual los políticos tienen derecho a una tutela judicial del honor más limitada que el común de los ciudadanos, lo que significa que un artículo de opinión que podría resultar calumnioso o difamatorio si versara sobre un ciudadano privado, se valora como un ejercicio de crítica saludable para la democracia si se dirige contra un político (González, 2014). Ninguna norma aprobada en el Congreso dispone tal diferenciación.

por ellos mismos, “el periodismo de opinión acabaría por imponerse al estrictamente informativo” (2000: 50)<sup>80</sup>.

En línea con esa previsión, en un trabajo posterior, Ortega (2006), disecciona un tipo de periodismo alejado del polo profesional. Lo llama “periodismo sin información” (en el que aparece el caudillismo periodístico). Recuperando la tradición sensacionalista, disfraza de información “interpretaciones que en vez de atenerse a los hechos conocidos, respondan sobre todo al clima de opinión y emocional de una parte de la sociedad (2006: 19-20). Tipo de periodismo que recurre a un traslape constante entre normatividad legitimadora (usada como tapadera) y otra praxis, otros intereses y objetivos, fundamentales para comprenderlo. Como la verdad, en forma de información, es el valor central del oficio, su “contribución relevante” (2006: 16), estos periodistas hacen una definición tautológica de ella: información es lo que ellos producen (aunque ni por sus orígenes ni por su evolución, informar haya sido objetivo prioritario del periodismo). A falta de pruebas de verificación, la confianza personal, la credibilidad, se torna la base del oficio<sup>81</sup>, traducción al campo periodístico del carisma político y del religioso: el periodista como sacerdote “al servicio de causas con pretensiones morales” (2006: 21).

Un periodismo con débil capacidad explicativa de la realidad pero con gran capacidad de influencia sobre el curso de determinados acontecimientos. Influencia que es mayor en la medida en que otras instancias culturalmente influyentes estén desprestigiadas, lo que constituye un incentivo para minar la confianza en ellas. Particularmente, la base del control de los periodistas sobre los políticos está en su capacidad para hacer públicos (en sentido positivo o en negativo -escándalos y denuncias-), algunos de sus actos. Así, “de contrapoder ha pasado a poder con el objetivo de inhibir a los políticos u obligarlos a actuar en una determinada dirección” (2006: 36). Aprovechando el alto valor concedido al oficio en las democracias, lo utilizan para racionalizar (encubrir) la defensa de intereses no manifiestos, lo que los incentiva a “redoblar sus invocaciones al carácter ejemplar, abnegado y moral de su trabajo” (2006: 22). Imagen idealizada del oficio como fuente de legitimación. Escasa autocrítica y recurso al plano normativo-ideal para deslegitimar la crítica de fuera de la profesión:

---

<sup>80</sup> Tesis también esbozada por Dahlgren (2010) y coherente con la observación de Santos (2003): la investigación/denuncia y la reflexión/análisis son los ámbitos hacia los que se estarían moviendo los medios de referencia y la élite periodística.

<sup>81</sup> Es así como un público fragmentado otorga su “confianza política, antes que a los partidos y a los políticos, a los medios y a sus profesionales” (2006: 35).

“analizar y enjuiciar la práctica periodística suele rechazarse como un ataque a los valores y principios que caracterizan a aquél plano” (2006: 15); así como la continua invocación de la libertad de expresión “como principio absoluto y absolutamente desregulador” (2006: 27). Eso, junto a los valores de neutralidad y a la definición del oficio como “simple mediación”, constituye la “cantinela legitimadora” (2006: 41). El llamado “periodismo sin información” se caracteriza, finalmente, por la reivindicación de la transgresión normativa como una prerrogativa profesional y por “subrayar especialmente cuanto contribuye al descrédito institucional” (2006: 23).

Lo anterior plantea un problema central de esta investigación: el rol reclamado por los periodistas para su oficio en la sociedad y la implicación que ello tiene sobre el desempeño del mismo en relación con los políticos. McQuail (1998) discute las cinco diferentes versiones de rol social autopercibido del periodismo. **1)** La versión más difundida es la del “observador o transmisor neutral” de la información. Para la mayoría de los periodistas hoy, la “cobertura objetiva constituye la esencia de su tarea”<sup>82</sup>, clave de la confiabilidad por parte de la audiencia (1998: 271)<sup>83</sup>. Una “esencia” que entra en conflicto con tres de los otros cuatro papeles asumidos por los periodistas, pero que, además, se ve frustrada por la misma dinámica profesional y sus condicionantes. Impiden la objetividad la “parcialidad inconsciente”, la “ideología oculta”<sup>84</sup>, ínsita en las inclinaciones personales del periodista y en su rutinas profesionales, como escogencia de las mismas fuentes, adopción de supuestos acerca de la audiencia, carácter valorativo de todo lenguaje y uso irreflexivo de marcos interpretativos (1998: 281, 285)<sup>85</sup>. Las “noticias están envasadas en formatos estandarizados, cada uno con códigos típicos de presentación que indican al receptor cómo leer las historias”, “pre-estructuradas por ciertos ángulos noticiosos que derivan más de la cultura de los medios informativos (...) que de la realidad específica del acontecimiento”. Todo ello limita seriamente la objetividad y el

---

<sup>82</sup> Sobre la trascendencia para un periodista de no militar, Cebrián (2009: 70) es categórico: “Nunca he sido militante de nada, como no fuera del sentido común”. Randall (2008) reconoce sus sesgos, pero cree que el periodista puede impedir que influyan en su trabajo.

<sup>83</sup> Sobre lo que, para los propios periodistas, implica en su trabajo la objetividad, la problematización del concepto y la complejidades para su consecución, véase (McQuail 1998: 273-274).

<sup>84</sup> Se aprecia en “una visión de mundo más o menos coherente, que subyace en los relatos que se ofrecen. Las noticias aparecen coloreadas por un punto de vista (aunque los periodistas no lo abracen de un manera consciente)”. Orientaciones que, también, podrían tener su origen en lo que se presume de la audiencia: la necesidad de legitimarse de los medios, hace que sostengan valores sobre los que existe consenso (1998: 287).

<sup>85</sup> El autor menciona el creciente “interés por el uso diferencial del lenguaje como indicador de un sentido, una orientación o una ideología subyacentes... se admite que la orientación valorativa está siempre implícita en la elección de palabras y frases... y que esta orientación admite ser decodificada”. (1998: 333).

equilibrio, porque el enfoque general “tiende a regirse por definiciones implícitas en esquemas previos”, de modo que incluso la valoración periodística sobre lo noticiable se guía por estos marcos de significado (1998: 335-336).

Difícilmente puede suprimirse lo valorativo de las noticias, pues las audiencias para las que se producen quieren entender el mundo en términos valorativos, desean “saber si las cosas mejoran o empeoran, si son mejores aquí que en otras partes, quieren ver el reparto de elogios o castigos, y seguir las idas y venidas de héroes y villanos” (1998: 324). Por eso la “expectativa de neutralidad” por parte del propio público no es absoluta, “puede incluso ser revertida siempre que estén en juego valores fundamentales” (1998: 329). Esto implica que “las prácticas informativas, en especial las que sirven para definir el espectro de temas y lo que viene al caso para estos, de modo inevitable legitimarán a ciertas fuentes y actores y estigmatizarán a otros” mediante la apelación a significados compartidos (1998: 337). Los estereotipos, la yuxtaposición y las vinculaciones, también socavan la imparcialidad en la presentación de las noticias. Los “individuos, grupos o naciones suele ser tratados en las noticias según atributos simplificados y recurrentes, que pueden tener asociaciones sea positivas sea negativas pero no son neutrales y probablemente no se correspondan con una realidad particular”. Vincular diferentes factores o actores de un mismo acontecimiento o diferentes historias en una misma emisión, puede deberse a la necesidad de buscar unidad o cohesión en la presentación de noticias, pero, también, al interés por establecer un clima particular favorable a los objetivos del propio medio (1998: 339).

2) El “abogado”, comprometido con la vida política y con deseos de influir en los asuntos públicos, usualmente con un enfoque “altruista” a favor de las víctimas (1998: 134-135). Una forma extrema de abogacía es la “propaganda”, que implica un intento de manipulación y el “ocultamiento del propósito real y hasta la identidad de quien la origina”. Su rasgo característico: la “intención está escondida”<sup>86</sup>. 3) El facilitador de espacios para la expresión y diálogo de distintas voces, opiniones y corrientes culturales. Objetivo frustrado si se considera la desigual representación de sectores e intereses en los medios o su propensión conservadora por respaldar las posiciones de amplio consenso en la sociedad. 4) El rol de “custodio” del orden y de la moral de las cuestiones públicas,

---

<sup>86</sup> El autor advierte la dificultad de identificarla con algún grado de certeza, ya que suele aparecer bajo la forma de noticia objetiva o “pseudoacontecimientos”, pero reconoce que “puede detectarse por determinados mecanismos de presentación y usos del lenguaje”, “por la yuxtaposición sospechosa de elementos que asocia” sujetos con contextos positivos o negativos (1998: 285-286).

conocido como “rol sacerdotal”. 5) El crítico o adversario, la “función de guardianes” que coloca a los periodistas en “un potencial estado de tensión” con el Estado (1998: 132). Este “siempre ha sido un ingrediente básico de la auto-imagen periodística y de la mitología de la prensa” (aunque para Flinders (2012) se ha intensificado, pasando de *watchdog* del interés público y contra la corrupción, a *attack dog* enfocado en ofrecer escándalos al público y forzar renunciaciones). Pero aún este rol es problematizado por McQuail (1998): como parte del mismo cabría esperar que los medios emitieran editoriales “impopulares o que se aparten del consenso” y que aborden temas con “pocas posibilidades de ser gratificantes en términos de audiencia”. No es el caso. Espejismo similar ocurre con la investigación periodística. Da a los reporteros “la sensación de ser actores autónomos en contacto con las mejores tradiciones de su oficio: cruzados de la casusa de la verdad, protectores de la libertad de los pueblos”, pero, habitualmente, “ayudan más a respaldar que a cuestionar el *statu quo*” y suele dejar de lado como terreno de investigación la actividad comercial privada. Muchas de esas investigaciones se dirigen contra “blancos fáciles, que ya son impopulares” (1998: 183-188).

Y si en Europa y EEUU el periodístico ha sido un oficio sin una identidad profesional claramente definida (con lo que ello implica para la defensa de su rol y prestigio social), en América Latina, afirma Waisbord (2014), nunca se consolidó como profesión. En EEUU el profesionalismo fue impulsado desde el propio gremio en busca de respetabilidad social y de autonomía frente a la política y la empresa. Como todos los movimientos profesionalistas del siglo XIX, lo impulsó la búsqueda de legitimación social. El periodismo ha tenido dos paradigmas dominantes: el periodismo de ideas (periodismo como una forma de participación política más) y el periodismo profesional (surgido hacia finales del siglo XIX y consolidado a mediados del XX, tanto para la prensa comercial como para la pública). En el segundo, hoy hegemónico, el periodista es observador, informador y equilibrador de posiciones. Una ocupación especializada, diferente de la política, con códigos y métodos propios, bajo el objetivo de servir al interés público. Se entiende a sí mismo necesario para la democracia, ante el problema de la información distorsionada por los intereses políticos y comerciales, imaginó normas de objetividad y asepsia partidaria y resultó de un movimiento de periodistas “en pos de reconocimiento social”, con el objetivo de “lograr prestigio social”<sup>87</sup>. Se “asentó como dogma” con el consenso político de posguerra en EEUU. Sus principios de objetividad,

---

<sup>87</sup> Las profesiones, precisa el autor, son monopolios de servicio, aprobados por el poder político, para controlar una “jurisdicción”, aplicando sus criterios con autonomía de decisión.

búsqueda de la verdad, separación de hechos y opinión, entre otros, “adquirieron la categoría de principios incontestables” (2014: 133-134). Exige líneas claras de separación entre las salas de redacción y la parte comercial (medios privados) o las autoridades políticas (medios públicos), para que estas puedan autorregularse. La realidad, por el contrario (sobre todo pero no solo en América Latina), ha sido la instrumentación comercial o política del periodismo, convertido en un recurso más de estrategias mercantiles o de la lucha política.

Esa trastienda es fundamental para entender la competencia por el poder simbólico entre periodistas y políticos. Si en las democracias modernas buena parte del poder político se asienta en la ejemplaridad, es muy significativo, dice Uriarte (1998), que los periodistas (además de los intelectuales<sup>88</sup>), construyan una imagen excesivamente negativa de la política (los políticos son incompetentes, corruptos -la corrupción se ha asociado exclusivamente con el mundo de lo público-, subjetivos, están en luchas ideológicas en función de sus intereses y son dependientes de sus facciones), a la vez que funcional a sus intereses: los periodistas se retratan como analistas objetivos, desideologizados y simples espectadores -nunca responsables por ninguna decisión pública<sup>89</sup>-, de la política; defensores de la ciudadanía, frente a los políticos y el Estado, matiz, este último, constitutivo de su identidad<sup>90</sup>. Esas imágenes tan polarizadas no son contrarrestadas por los políticos porque para ser votados necesitan (como ya se dijo), más que exhibir virtudes propias, mostrar su superioridad respecto de sus rivales y reproducir contra ellos el discurso negativo sobre la política. Tampoco atacan esa imagen tan positiva de la prensa, porque necesitan (como también se dijo ya) de los periodistas para llegar a sus potenciales electores. Encima, el “periodismo, sus logros, su servicio a la sociedad (...) Son todos temas intocables para los políticos. Cualquier tentación de ponerlos en cuestión se volvería necesariamente contra sus intereses”. De modo que esa imagen de “pedestal moral” se queda sin contestación<sup>91</sup> (1998: 68).

---

<sup>88</sup> Junto con los políticos, constituyen las “élites esenciales en la configuración de la política” (1998: 66).

<sup>89</sup> Los periodistas están “limpios” del juego “sucio” de la política, están “por encima del bien y del mal... por encima de la miserable y vulgar lucha por el poder” (1998: 67).

<sup>90</sup> “La columna central de su razón de ser, ha sido la separación-antagonismo respecto de la política” (1998: 69).

<sup>91</sup> Uriarte (2000) cuestiona esa imagen que la prensa defiende de sí misma y de los medios. En ella los medios son un no-poder (o un poder “bueno”, que defiende a los “más débiles, los ciudadanos, respecto de los más fuertes y desalmados, los políticos”, cuando, en realidad, son un poder con mucha influencia en la toma de decisiones públicas. Los periodistas ven el influir como una de sus tareas fundamentales y se ven a sí mismos como los mayores representantes de la sociedad. La necesidad de representarse por encima de las luchas partidarias, los lleva a asumir actitudes antipartidos y a negar tener ideas políticas (Uriarte, 2001).



Los periodistas, dice Flinders (2012), defienden esta actitud hacia la política alegando que lo hacen en defensa del público. Eso les permite presentarse a sí mismos como “heroicos luchadores” que protegen a la gente engañada por la manipulación de los políticos (2012: 145)<sup>92</sup>. Con ese escudo, cuando un político les cuestiona su rol o poder, inmediatamente es condenado, lo acusan de querer ocultar algo o de pretender echarle a los medios la culpa de sus errores de gestión (2012: 147). Pero la relación entre la credibilidad de unos y la de otros, al menos en América Latina, es difícil de negar. Alcántara (2012) lee los estudios que revelan la baja confianza que tiene la clase política latinoamericana en la prensa, como una evidencia de la tensión entre los dos grupos, lo cual, dice, debe ponerse en relación con los resultados de los estudios de opinión realizados en la región, en los que “sistemáticamente en las escalas de graduación de la confianza ciudadana los primeros ocupan regularmente la última posición mientras que los medios se muestran como las instituciones o actores que reciben más crédito”. Una llamativa “reinversión” en la opinión pública de dos actores fundamentales: cuanto mayor es la credibilidad de los periodistas, menor la de los políticos<sup>93</sup>. Adquiere así sentido que la cobertura de la noticia política se centre en los escándalos, a partir de un periodismo de investigación desarrollado con sesgos<sup>94</sup> que lo tornan antidemocrático (199-201).

### 3. CONFLICTO POR LA REPRESENTACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA:

Antes de considerar los enfoques teóricos que subrayan ese conflicto, es necesario pasar revista sobre las conceptualizaciones de la opinión pública<sup>95</sup>. Grossi (2007) a

---

Además, al concentrar su labor de control del poder sobre los políticos, favorece que los poderes económicos, fuera de su lente, actúen con mayor libertad.

<sup>92</sup> Similar a Uriarte, para Flinders (2012) los periodistas son actores políticos en las sombras, con un rol cada vez más destructivo, relacionado con la difusión de la “política del miedo”, de “creación de nuevos riesgos” y de “inflación de crisis”. La “política del miedo es la política de los medios” y se origina en la creencia de que solo las malas noticias venden y en el hecho de que “el éxito periodístico se mide en el número de cabezas políticas que un reportaje hace rodar”.

<sup>93</sup> Esto, que resulta muy claro en América Latina, no pareciera ser lo que ocurre en Europa ni en EEUU, donde los estudios evidencian un “deterioro paralelo” de la credibilidad de la política y la prensa (Gutiérrez-Rubí, 2011: 26).

<sup>94</sup> Total discrecionalidad con que los medios seleccionan a los expertos que explican las noticias y selección, con criterios políticos y comerciales, de los asuntos que denuncian y de aquellos sobre los que guardan silencio

<sup>95</sup> No siendo objetivo de esta tesis medir ni valorar el efecto del discurso periodístico sobre los políticos, no nos detendremos, más allá de lo imprescindible, en la incidencia de los medios sobre la opinión pública (ni profundizaremos en teorías como las de la *agenda-setting*, el *framing* y el *priming*). Nos interesa, en cambio, el uso que hacen de su evocación como recurso de legitimación. Ello sin perjuicio de que los efectos sean mencionados como parte de las consideraciones que los periodistas y los políticos hacen respecto del impacto de los medios en el mundo político. En suma, nos interesa la intencionalidad del

propósito del aporte teórico de Walter Lippmann, recuerda que la relación entre los ciudadanos y la política no es ni directa ni espontánea. El acceso a las informaciones y la elaboración de imágenes mentales que dan origen a las opiniones, son procesos de construcción de la realidad mediatizados, en los que intervienen distintos factores (entre ellos la prensa). La consecuencia es que “la base cognitiva de la opinión pública está representada por el estereotipo (...) una representación parcial, simplificada y acrítica de la propia realidad”. Aun así se apela constantemente a ella “pero de manera instrumental”, para legitimar democráticamente decisiones carentes, sin embargo, de las condiciones para ser adoptadas de forma democrática (2007: 52-53). Igual de pesimistas son las teorizaciones de Niklas Luhmann y Elisabeth Noelle-Neumann sobre la opinión pública. Para el primero, la complejidad social y la diferenciación funcional de la sociedad hacen necesaria la simplificación y tematización de los asuntos, en un proceso que no nace de abajo (no hay una opinión pública autodirigida) ni es racional. Es “sistemáticamente heterodirigida, depende de los temas presentados a la atención pública”, activándose “desde arriba”, básicamente por los medios, los políticos y los líderes de opinión. Una “función de filtro” que supervisa la puesta en agenda de los temas susceptibles de generar opiniones (2007: 62-63).

Noelle-Neumann le asigna un rol conformista y de control social a la opinión pública, en contextos altamente mediatizados. Para ella opinión pública son “las opiniones sobre temas controvertidos que se pueden expresar en público sin aislarnos”, de modo que sus dinámicas están psico-socialmente ligadas a la reputación y el consenso. Lo que cuenta en la manifestación de opiniones, no es su validez sino “su adecuación social”. La “presión a la conformidad” obliga a los discrepantes a dos alternativas: “subirse al carro ganador” o “encerrarse en el silencio”. Además, el papel de los medios es determinante en la construcción de los “climas de opinión”: son una de las principales fuentes para la activación de la opinión pública, brindan información útil en su formación y pueden construir un “clima de opinión secundario”: las personas pueden tener dos visiones de la realidad, “una personal a través de observaciones de primera mano y otra a través de los ojos de la televisión”. Lo llama “clima de opinión dual”. Aquello que los medios “presentan como relevante, importante (...) acaba imponiéndose como una segunda forma de conformidad social, a veces incluso en contraposición con la

---

discurso periodístico de valoración negativa de los políticos, no los efectos de este (salvo, desde luego, en la medida en que puedan ser representados por los enunciantes a la hora de formular ese discurso).

percepción primaria”<sup>96</sup>. Más aun, los medios, además del encuadre de los eventos y la determinación de su significado, inciden en la opinión pública mediante una “función de articulación discursiva”: “quien no encuentra representado su punto de vista en los medios resulta desarmado. Los medios suministran a las personas las palabras y las frases que pueden utilizar para defender un punto de vista” (2007: 65-69).

Más allá de esas elaboraciones conceptuales, apunta Grossi (2007), históricamente es tras la Segunda Guerra Mundial que las dinámicas de la opinión pública adquieren mayor influencia<sup>97</sup>, al punto de que hoy constituye “el punto de referencia de toda legitimación democrática, más allá del mero momento electoral”. Ello debido, entre otras causas, a “la progresiva caída del grado de participación en las elecciones políticas”. Así, en la llamada “democracia del público”, la opinión pública “constituye normativamente el mismo sentido de la democracia”, el lugar de representación, de participación y de decisión (2007: 2-6)<sup>98</sup>. Sobre ese conflicto por ocupar el lugar de la representación, la participación y la decisión, por encarnar la opinión pública en suma, versa este apartado.

Rosanvallon (2007) comprende la relación entre política y periodismo dentro de su teoría más amplia sobre la “contrademocracia”, democracia de la desconfianza organizada<sup>99</sup>: la expresión democrática de la desconfianza (en vigilia para que el poder público se mantenga al servicio del bien común), se materializa, entre otros, en los poderes de control, entre los que destaca la prensa. Ello genera una competencia de actores y de funciones, así como un conflicto de legitimidades y representatividad, entre “la tribuna y la pluma”<sup>100</sup>, entre el “pueblo-elector” y el “pueblo-opinión”. Desde la Revolución francesa, el periódico se constituyó como una institución política encargada de vigilar y denunciar. Una “magistratura” de control, un senado con poder de veto. El periodista, convertido en figura “intocable, casi sagrada”, llegó a considerarse “la expresión de la opinión pública”<sup>101</sup> y compite con los electos por representar

---

<sup>96</sup> Los periodistas son conscientes de ello: en palabras de Cebrián (2009), aunque la opinión pública no es lo mismo que la publicada, esta suele acabar por convertirse en aquella.

<sup>97</sup> Aunque fecha su nacimiento, en su acepción contemporánea, en el siglo XVIII. Ya desde el caso Dreyfus se configura la batalla de la opinión pública (o de la apelación a esta) contra el poder político y estatal, a través de la prensa.

<sup>98</sup> El rol de la opinión pública ha sido “glorificado”, mediante tópicos, por periodistas y políticos. El surgimiento a finales del siglo XX de la *permanent campaign* como nuevo modo de gobernanza, implica el uso cotidiano de la opinión pública como legitimación. Un “tribunal permanente” al que pueden presentarse denuncias sobre cualquier asunto de interés colectivo (2007: 2-6).

<sup>99</sup> Este desarrollo teórico de Rosanvallon y su relación con la crítica y rechazo hacia la política y los políticos, será discutido ampliamente en el capítulo II.

<sup>100</sup> Bassets (2013: 58) recuerda que la prensa de la transición fue llamada “el Parlamento de papel”.

<sup>101</sup> Pulitzer (2011: 109) afirma que sin los periodistas “la opinión pública no tendría forma y sería muda”.

cotidianamente las expectativas de la sociedad (2007: 111-113). En un sentido similar, para Alcántara (2012) los periodistas libran con los políticos “una lucha por quién representa más y mejor al pueblo”. Para amplios sectores de la audiencia, los comunicadores especializados en temas políticos “terminan equiparados con los políticos”; su “indudable poder” alcanza, en algunos casos, el nivel de la “sacralización” (2012: 198).

Uriarte (2000) sostiene que la prensa pretende asumir ese rol sobre la base de una imagen falsa de sí misma. Primero porque se presentan como un mero reflejo de la opinión pública, apropiándose la representación de esta -en ocasiones mediante mecanismos para abrir la participación a sus audiencias-, construyéndola y luego presentándosela al público para que sepan qué es lo que piensan. Representación de la opinión pública lograda, sobre todo, mediante un “mimetismo” en virtud del cual están dispuestos a asumir cualquier valor popular del momento. Segundo porque dicen ser independientes de ideologías e intereses, bajo la idea de que la única dependencia que “contamina” es la partidaria, pero además de ser dependientes de poderes económicos, más que información, lo que ofrecen es valoración y opinión, presentada, eso sí, a diferencia de la de los políticos, como desideologizada y libre de intereses. Tercero, porque pretender ser el lugar de realización de la razón, cuando, en realidad, no son espacios para el debate racional, pues las necesidades comerciales los obligan a privilegiar las pasiones y a buscar el respaldo no de las opiniones más fundadas, sino de las mayoritarias, a las que refuerzan tanto que acaban creando climas de intimidación para cualquiera con criterios discrepantes. Y cuarto, porque se proclaman transmisores de la verdad pero lo cierto es que están dispuestos a sacrificarla en aras de la inmediatez o el victimismo ciudadano contra los políticos (2000: 15-17). El resultado, al final, redundando en beneficio de la imagen de la prensa: “la importancia de su misión se legitima a los ojos de los ciudadanos en su necesidad para defender a esos ciudadanos de los abusos y de los peligros que emanan del poder político (...) la virtud de los medios, por lo tanto, se fundamenta en la maldad de la política y los políticos (...) en la medida que el poder político se deteriora la misión de los medios se ennoblece” (2001: 50).

Mucho de lo anterior coincide con las características que Ortega (2006) aprecia en lo que llama el “caudillo periodístico” (fusión de intelectual, político y periodista): periodistas devenidos en “abiertos competidores de los políticos” en la disputa por “la representación de la sociedad”, pues “unos y otros pretenden ser los creadores de la

opinión pública” (2006: 35). Identifican, mediante una “transmutación cognoscitiva”, a la sociedad con la opinión pública y a la opinión pública con sus opiniones particulares (el “absolutismo mediático” según el cual “la opinión somos nosotros”), a la vez que hacen del periodismo una de las principales agencias sociales: representa a la sociedad y actúa en su nombre, sin explicitarlo y sin que, desde luego, la población les haya delegado ese poder. Es una “doble suplantación”: 1) “convirtiéndose en actores que actúan en nombre y en representación de un principal, la sociedad”, y 2) “mutándose en principales respecto de la clase política (...) a la que tratan de convertir en agente al servicio de sus intereses”; de modo que “la primera suplantación la emplean como legitimidad para la segunda: las presiones dirigidas a los poderosos siempre tratan de justificarlas en virtud de ser ellos los genuinos representantes de los intereses colectivos” (2006: 40-41). Un rol de “arbitrista de la política” sin pasar por las urnas (2007: 56), que ejerce influencia política sin asumir responsabilidad política por ninguna decisión, erigiéndose en “portavoz de exigencias que a otros corresponderá satisfacer” (2007: 60). Un tipo de liderazgo que da origen a “una élite con poder pero sin responsabilidad” (2007: 62), que todo lo justificará con la libertad de expresión<sup>102</sup> y para el cual, la información es solo una coartada para sus sermones. El periodista como héroe, luchador por la libertad y el bien común, y en contra de la corrupción. Reacio a cualquier definición ideológica, insiste en defender únicamente la verdad o el interés general. Mediante la mixtura de una especie de carisma y populismo recuperacionista<sup>103</sup> de un pasado idealizado, no busca reemplazar el sistema de dominación establecido en las democracias representativas, sino “coexistir con él de manera ventajista, cuando no chantajista” (2007: 57). Acaban por dar forma a un nuevo espacio público en el que no sustituyen, pero sí suplantán, la representación política.

Para Ortega (2011: 58), más que un conflicto con la clase política, se trataría de una suplantación general del régimen democrático y del espacio público por parte de los medios. Estos “establecen un tipo de participación política que difiere (...) del establecido en los sistemas democráticos. Dado que en éstos la participación es débil y esporádica, los medios se ofrecen como una alternativa más eficaz (...) inmediata, constante y directa”. Los medios le disputan a la política su capacidad representativa: la

<sup>102</sup> Cebrián (2009) reconoce las prácticas difamatorias amparadas en la libertad de expresión (2009).

<sup>103</sup> Ya Pulitzer (2011: 33) había advertido que el redactor se ve tentado a rendirse a las pasiones populares aunque las sepa erróneas o “arriesgarse a las consecuencias de la falta de éxito entre la gente”. Cebrián (2009: 35) afirma, sobre la influencia de la prensa: “Basamos nuestra fuerza en un curioso y no reconocido ejercicio de populismo”.

“representación mediática elabora una racionalidad de sí misma que la presenta como una modalidad mucho más ajustada, perfecta y desligada de intereses espurios de lo que es propio de la representación política (...) tomar el pulso cotidianamente a la actualidad, competencia específica que los medios se atribuyen, capacita a estos para generar una representación más cabal de la sociedad<sup>104</sup>. Así “su legitimidad aumentaría en detrimento de una decreciente representatividad política”, pues “no son los políticos los más cualificados representantes de la sociedad, sino estos profesionales apegados al inexorable ritmo del día a día”. Y como el objetivo final es la influencia, aunque no aspiren a desplazar a los políticos, “sí a que sigan sus opiniones y deseos” (2011: 33-39). La legitimación del caudillo periodístico, en cambio, se fundamenta en su “mito legitimador”: la opinión pública. Él da “voz a quienes no la tienen”, a la gente (2007: 65). Para consolidar esa idea, “los medios llevan tiempo estableciendo alianzas con esa sociedad a la que afirman ligarse directamente: la llamada “sociedad civil”, que es hoy una construcción de los medios, a los que sirve de coartada en su pugna con el poder político” (2003).

No extraña, por eso, que para Hallin y Mancini (2008) el principal acento de la nueva cultura periodística sea “dar protagonismo al ciudadano de a pie”<sup>105</sup>. Esa “alianza” aludida por Ortega, implica para Uriarte ocultar la verdad para reproducir un victimismo de “la gente”: la construcción que hace la prensa de su defendida, “el nuevo sujeto de referencia”, la “sociedad civil”, reduce la política a coto exclusivo de los políticos, al tiempo que los ciudadanos “son erigidos como los receptores pasivos, como las víctimas, de las acciones de los políticos. Y el Estado es cada vez más el monstruo peligroso y poderoso de quien hay que defenderse y a quien hay que controlar” (1998: 70)<sup>106</sup>. Los

---

<sup>104</sup> Cuestión ya advertida, con el sustento empírico de cuestionarios practicados a profesionales de la información, en el trabajo de Ortega y Humanes: “ellos representan a, y al mismo tiempo son, la opinión pública. Porque esta identificación de “la” opinión con “sus” opiniones se hace inevitable en la misma medida en que descartan dos de las principales vías para conocer la opinión pública: la de las elecciones, y sobre todo la de los sondeos. Ni el resultado de aquéllas ni los datos de éstas son necesarios a un grupo profesional tan firmemente persuadido de ser el oráculo más preclaro de su sociedad. Deslegitimación, en suma, por partida doble: de las ciencias sociales como metodología para conocer la opinión, de la democracia formal como mecanismo capaz de construir una clase política adecuadamente representativa. En su lugar se erige una nueva lógica representativa, la de los periodistas y sus convicciones y sus acciones” (2000: 214).

<sup>105</sup> Fenómeno consecuencia de la comercialización de los medios. Se desplaza como fuentes a los representantes oficiales, privilegiando la perspectiva de los ciudadanos particulares y dando prioridad al “discurso del sentido común” sobre el “discurso político” (Hallin y Mancini, 2008: 253).

<sup>106</sup> Con ello consiguen, además, distraer la atención respecto de ámbitos de poder que permanecen exentos del escrutinio público. El carácter abierto de los procesos electorales, la mayor democracia interna de las agrupaciones políticas en comparación con otro tipo de organizaciones de la sociedad, la posibilidad (inexistente en otros ámbitos) de rotar y expulsar élites políticas, son “factores que quedan minimizados o desaparecidos en el discurso de la salvación de los ciudadanos y la sociedad civil. Y se impone la paradoja

ciudadanos “esos personajes sagrados cuyos votos y cuya atención requieren los políticos y los medios”, son retratados como inocentes e impotentes; su “honorabilidad se da por supuesta frente a los intentos de manipulación de unos u otros” (2000: 11). Las teorías sobre la sociedad civil han reforzado esa visión de la libertad del individuo siempre amenazada por el Estado y los políticos. Se pierde de vista que las instituciones y la representación política han salido de esa misma sociedad. Los individuos, para evadir esa responsabilidad, prefieren el papel de víctimas que los medios les refuerzan, ofreciéndoles la cabeza de los políticos como “coartada” (2000: 29).

Es así como la ciudadanía es victimizada, desapoderada y sustituida por lo que los medios designen como “opinión pública”. Esta es, profundiza Ortega (2007), cualquier representación de la sociedad efectuada por los medios. Es la sondeocracia, argumento retórico que necesita escasas validaciones empíricas. La opinión pública sustituye tanto a la sociedad como a la representación política: se la contrapone a la legitimidad política. Así, siempre y cuando la política no se ajuste a las indicaciones emanadas de tal opinión, aquélla perderá su validez. Una opinión pública, en suma, que prescinde del público mismo, convertido en una simple amenaza para poder presionar y dirigir la acción política. Mediante ella, el caudillo periodístico dice cómo es y cómo debe ser la sociedad, para lo cual moraliza y simplifica los temas. Dice hablar desde la neutralidad política y se legitima sobre, y argumenta desde, la opinión pública, con lo cual persigue el mismo objetivo unificador del sentir general: “decirle a la gente lo que piensa la gente” (2007).

Para Hallin y Mancini (2008) ese conflicto con los políticos y esa apelación a la opinión pública resultan del (ya referido en el primer apartado) cambio de equilibrio entre el poder del Estado y el de los medios, y son distintivos de una correspondiente “nueva cultura periodística” (presente de forma más o menos congruente en los tres modelos), una “profesionalidad crítica” caracterizada por un afán mayor de ejercer influencia pública<sup>107</sup>, la creación de un discurso periodístico diferenciado del de los políticos, y un concepto de los medios como vigilantes del poder público y del periodista como “representante de una opinión pública generalizada que atraviesa las líneas de los partidos” (2008: 247-249). Cambio facilitado, además, por el desarrollo de los sondeos

---

de que las instituciones y organizaciones más intervenidas, influidas y determinadas por los ciudadanos en las democracias, las del Estado y los partidos políticos, son erigidas como las más opacas y cerradas” (1998: 71).

<sup>107</sup> “... se presentan como profesionales con el derecho de emitir juicios y a la vez como representantes del público. Al asumir los dos papeles, aumentan su perfil público y su autoridad” (Hallin y Mancini, 2008: 249).

que, aunque no sean tratados de forma científica, proporcionan a los periodistas mayor autoridad para cuestionar a los políticos y “enjuiciar su legitimidad como representantes del público”. Esa nueva “postura” periodística podría caracterizarse así: **1)** se adopta, especialmente, con ocasión de los escándalos políticos<sup>108</sup>; **2)** se generaliza una posición “en contra de la clase política corrupta” o la “corrupta élite política”; **3)** la cobertura periodística es extensa, emotiva y “sensacionalista”; **4)** los acontecimientos se presentan como escándalos morales; **5)** se representa a la opinión pública en el papel de “juez incorruptible”; **6)** los medios pretenden “ser la voz de la opinión pública que está por encima del partidismo”; **7)** los periodistas se presentan (y obtienen su prestigio) “como la voz del público ofendido”, “representativos del público en su conjunto”; **8)** interpelan a los políticos con base en los requerimientos de esa opinión pública -identificada “objetivamente” por las encuestas- o invocando valores suprapolíticos; **9)** sobre esa autoridad, asentada en los sondeos, cuestionan la legitimidad de los gobernantes como representantes del público; y **10)** adoptan el papel de autoridades, con el derecho de definir la interpretación de los hechos y emitir juicios como representantes del público (2008: 113-114, 116, 247-249). Un fenómeno asociado (aunque distinto al de la prensa crítica), es el de la prensa tabloide, con una “fuerte tendencia política” paradójicamente paralela a la difuminación del paralelismo político. Se caracteriza por presentar al periódico como “la voz del ciudadano de a pie y del sentido común, a menudo utilizando un tono de agravio”. En algunos casos, esto forma parte de “una postura populista de derechas, que pone énfasis en el nacionalismo (...) actitudes tradicionales en cuanto a los géneros y a muchas cuestiones sociales, y una hostilidad hacia los políticos” (2008: 192)<sup>109</sup>.

Otro tipo de eventos en los que podría apreciarse ese cambio y esa intención periodística por representar a la opinión pública, son las entrevistas. Brenes (2013) analiza una transformación del género “entrevista televisiva” en EEUU, Reino Unido y España,

---

<sup>108</sup> Lo que está detrás de los escándalos es una lucha de los medios con los políticos por el control de la agenda (Hallin y Mancini, 2008: 113, 253-254).

<sup>109</sup> En un sentido coincidente, G. Mazzoleni (2010: 83) indica que la “prensa popular... refuerza en el público la falta de compromiso, la desafección y la aversión a la política, o bien contribuye a difundir corrientes de opinión políticamente significativas, como la actitud favorable a la pena de muerte, la discriminación étnica, las ideas populistas”. Para McQuail (1998: 294-295, 315, 320) ese “sensacionalismo”, personal, diversionista y trivializante, además de exagerar la importancia de las acciones individuales, aleja la atención del público de los asuntos de verdadera significación y reduce la voluntad y la capacidad de las personas para actuar sobre los problemas reales. Su emotividad y uso de palabras fuertemente connotadas, son incompatibles con los principios de neutralidad y objetividad, en la presentación de las noticias. Es la competencia por atraer la atención de la audiencia la que motiva a los medios a aplicar dosis de sensacionalismo en los titulares o en las entradas de las emisiones televisivas.



en virtud de la cual el periodista entrevistador abandona la posición de neutralidad respecto del tema y la actitud de cortesía hacia el entrevistado (típicas del género por ser útiles para la finalidad informativa del mismo), para adoptar la postura ideológica u opinión particular que supuestamente domina en la audiencia respecto al tema o hacia el personaje, acaparar el protagonismo y desplegar movimientos de descortesía verbal (descalificar las respuestas por insuficientes, contradictorias o evasivas, reorientarlas para que coincidan con lo que él quiere, explicitar su hegemonía funcional en ese evento comunicativo, etc), y así forzar al entrevistado a responder de una forma determinada que convenga a los objetivos del entrevistador (se le conoce como *adversarial style*). El político entrevistado pierde su autonomía (se ve compelido a asumir la visión de los hechos del entrevistador, a admitir afirmaciones que libremente no habría admitido o a expresarlas de forma inconveniente para sus intereses) y ve seriamente degradada su imagen social (aparece como torpe o inconsecuente), reforzando la antipatía que ya, presumiblemente, adolecía frente a la audiencia. Se abandona el par adyacente pregunta-respuesta a favor de la confrontación de opiniones, pues el objetivo deja de ser informativo. Según la investigación, lo que se busca es favorecer el carácter de entretenimiento que da el espectáculo de la descortesía (hace atractivas las emisiones para las personas desilusionadas con la política) pero, sobre todo, crear una identidad del periodista mediante el establecimiento de una coalición entre él y su público, “generándose la imagen de defensor de los mismos valores que ellos poseen” (2013: 50). Resultados que coinciden con la crítica de Flinders (2012) de que hoy el reportero o el entrevistador de política intimida, interrumpe, desprecia y hasta hace burla del entrevistado, y puede, sin problemas, sugerir o hasta imponer su interpretación y juicios de valor. No se respetan ni logros ni estatus. Los políticos tratados como una mercancía que usan y de la que abusan, los medios.

Como se ve, para la prensa la representación de la opinión pública significa poder e influencia en su relación con los políticos. Para el mismo Grossi (2007) casos como el *Watergate* escenifican esas “batallas por la opinión pública”, en las que medios y políticos luchan por movilizar el consenso de la colectividad a favor o en contra de una persona o tesis. En estas, los medios tienen la capacidad de evidenciar ciertas posiciones, amplificarlas y legitimarlas ante el juicio de toda la comunidad. Por eso, la opinión pública suele condicionar las decisiones de los gobiernos (la conocida como “sondeocracia”), pero los políticos también pueden estar dispuestos a materializar una

decisión política contraria, eso sí, al precio de “sacrificar su popularidad”. De modo que “la centralidad de la opinión pública no nace de su invencibilidad (...) sino de su capacidad para condicionar y controlar el proceso de gobierno en las sociedades democráticas” (2007: 12-13). Y ahí reside el poder de la prensa, en su capacidad, dice Alcántara (2012), para “afectar dramáticamente a la opinión pública”. Su poder real se encuentra en el peso de la opinión pública (generada por ellos) sobre los tomadores de decisión política, así como en el hecho de que “la responsabilidad real de los políticos se ejerce en gran medida ante los medios que (...) filtran, moldean y transmiten ante su audiencia el propio proceso evaluatorio de la clase política” (2012: 196-199).

La idea de opinión pública tiene esa potencia en democracia, dice Grossi (2007), precisamente porque esta le sirve de “fundamento normativo” a aquella. Si la idea de soberanía popular implica el reconocimiento del pueblo como fuente de legitimidad política, también implicará que ese pueblo sea fuente de expresión de voluntad política. Expresión, que más allá de las usuales idealizaciones, como reconocen todos los teóricos referidos por el autor, no es directa: la opinión pública es resultado de “tendencias dobles”, de control y de emancipación, en las que los poderes en disputa intentan obtener legitimación, de modo que los discursos que la constituyen están dirigidos a persuadir, engañar y convertir; una verdadera “arena para la competición cognitiva y simbólica por imponer la hegemonía del sentido común”. La opinión pública, lugar de los enfrentamientos identitarios, “no nace tanto de la verdad sino de juicios de valor” (2007: 26, 29-30, 33). Y los medios tienen tanta capacidad sobre ella porque le son consustanciales. Democracia y esfera pública no permiten, por sí solas, la formación de la opinión pública. Era necesario que los procesos de comunicación colectiva fueran transformados por el surgimiento de los soportes tecnológicos de una nueva industria dirigida por lógicas comerciales: los medios. Al permitir la interacción mediada, posibilitaron la generalización de los debates en la esfera pública. Pero de ese papel de canales/mediadores/facilitadores del discurso público, empezaron a pasar, a partir de la segunda mitad del siglo XX, a “convertirse en los verdaderos protagonistas del proceso demoscópico”.

Protagonismo que se plasma en tres competencias: **1)** Capacidad para llamar la atención sobre los temas, darles visibilidad y activar, así, las dinámicas de opinión. **2)** Capacidad para interpretar la opinión pública. Se “autoproclaman” sus portadores, “apoyando a algunas orientaciones de opinión como si fueran mayoritarias, intentando

así legitimar campañas de opinión o desacreditar orientaciones no gratas”. Para ello, promueven y publican sondeos, no solo con el objetivo de informar, sino de influir. 3) Capacidad de “refracción de la realidad social”, es decir, su falta de neutralidad cuando dan una representación de la esfera y el debate públicos. Estas tres competencias (además de la tradicional de “canal”), provocan que, respecto del debate público, los medios sean hoy “árbitro y jugador” (2007: 35-37). No son solo una “infraestructura que relaciona gobernantes con gobernados (...) son ante todo un actor”: “las élites de los medios promulgan sus puntos de vista mediante análisis políticos parciales y mediante el apoyo editorial a políticas públicas y candidatos”; realizan una “aportación cognitiva”, contribuyendo “a la elaboración discursiva y a la construcción de significados”, pues son “productores autónomos de discursos públicos” (2007: 102-104).

Por eso, si bien para Manin (1998: 279) el “hecho crucial” respecto de la construcción de la opinión pública, es que en la democracia de audiencia los canales de comunicación pública son “políticamente neutrales” o no partidistas, de esa no vinculación orgánica con los partidos no se deriva la neutralidad. Muy por el contrario, aunque los medios se representan como contrapoderes, es esta una función para la que, advierte Ortega (2003), están inhabilitados, dada su imbricación en los círculos de poder y debido a que aspiran a condicionar (y no solo informar sobre) la acción del poder. Tendencia que Minc (2012: 166) cree que es una “esquizofrenia periodística típicamente francesa” (“el periodista pretende ser en Francia el portador de su propia ideología y los periódicos no son más que simples soportes para difundirla”), pero que Gabilondo (2011: 75-79) considera una “descolocación del periodismo en la sociedad”, al que cada vez le está costando más asumir su papel de “segunda voz”, en aras de un “ultra-protagonismo” que “usurpa” las competencias de gobernar, legislar y juzgar, tornando ineludibles los enfrentamientos con el poder político.

También desde la prensa pero con una visión distinta, está la de Pradera (2014) quien, a la altura de 1994, interpretaba así la tensión entre el PSOE y la prensa: “era inevitable que la clase política tratase de restar fiabilidad y autoridad” a la prensa, que “se presentaba ante los ciudadanos como una instancia competidora capaz de disputarles su cuasimonopolio para hablar en nombre de la opinión pública”. Una reacción de los políticos ante la prensa que en parte es estratégica y en parte “instintiva” (en virtud de lo

que califica como “disonancia cognitiva”<sup>110</sup>). Estratégica en tanto la prensa termina siendo el “chivo expiatorio” de los políticos debido a su decisivo papel en la denuncia de la corrupción (con independencia de las diferencias ideológicas de los medios o de la valoración editorial de los hechos), mientras el Ministerio Público, “instrumento del Poder Ejecutivo”, va a la zaga de las denuncias periodísticas. Como parte de esa estrategia para deslegitimar la voz de la prensa, los políticos españoles han pretendido extender la presunción constitucional de inocencia más allá del ámbito judicial y utilizarla como moratoria que impida a los medios referirse a los casos de corrupción hasta tanto no hayan sido juzgados, así como querido equiparar “corrupción” y “delito”, a efecto de dejar fuera del juicio de la prensa todo aquello que no esté tipificado (2014: 21-29).

En relación con esos argumentos deslegitimadores de la prensa producidos desde la política profesional, Rosanvallon (2007) advierte que las pretensiones por deslegitimar el papel de la prensa, alegando el carácter no representativo de su poder, obedecen a una visión estrechamente legal de la democracia: en tanto los periodistas no son votados, su palabra solo representa intereses particulares y debe ser subordinada a la palabra de los poderes públicos que defiende el interés general y expresa la voluntad general, pues de ella surgen los electos. Una descalificación (y concepción de lo público) que el autor atribuye a una “visión cesarista de lo político” o “monismo democrático jacobino”, que resta legitimidad política a quienes intervienen desde la sociedad civil y que vincula con el rechazo al control de Carl Schmitt (2007: 114-117). Maravall (2003) también analiza las reacciones de los políticos frente a los medios que les resultan hostiles y el uso del alegato que contrapone su legitimidad democrática con el carácter no electo de sus rivales periodísticos (suponiendo, así, que los medios deberían reflejar, también, la mayoría política del momento, con lo que oponen democracia a pluralismo). Minc (2012) considera que el poder político reacciona con mayor fuerza contra estos nuevos

---

<sup>110</sup> Considera un “acto reflejo” del PSOE el rechazar cualquier denuncia, negar la evidencia. Las elevadas expectativas sobre el esperanzador cambio político eran incompatibles con las acusaciones de corrupción. Para “sobreponerse” psicológicamente a esa realidad, que ponía en duda el carácter regenerador del nuevo grupo gobernante, se elaboraron explicaciones conspirativas sobre las motivaciones ocultas y propósitos últimos detrás de las denuncias periodísticas: los medios, aliados de la derecha, manipulan y sesgan la información. Esa actitud de “culpar a los medios” e incurrir en una “satanización de la prensa”, no es siempre una expediente táctico de las cúpulas partidarias para mantener en la ignorancia a la militancia de base, sino que en muchas ocasiones obedece a este componente emotivo. Así, las denuncias de corrupción en el caso Guerra encerraron a los dirigentes del PSOE en “una incomunicación casi autista” que los llevó a “menospreciar e incluso ignorar a los medios”.

“intelectuales” que contra los clásicos, porque son intelectuales para las masas y sin el pudor y auto-restricciones de los intelectuales clásicos<sup>111</sup>.

Esa negación resulta estéril, considerada la teoría de legitimidades de Rosanvallon (2007). Mientras que el poder político de los representantes electos se sustenta en una “legitimidad social procedimental” que apela a las mayorías (la forma de legitimidad de más reciente aparición en la historia), el del periodismo se apoya en una “legitimidad sustancial” que invoca la universalidad de valores y de la razón (la más primitiva de las tres que categoriza). En ese conflicto de legitimidades, la de los representantes electos está perdiendo relevancia, porque la mayoría perdió su significado como emancipación frente a minorías tiránicas (para devenir, por el contrario, en fuerza potencialmente opresora), y porque la imprevisibilidad del mandato electoral (nada garantiza que el electo hará lo que el elector espera) ha desacralizado el significado de la elección, reduciéndola a método de designación. En adelante la legitimidad de las políticas debe conquistarse día a día, lo que torna más relevante la legitimidad sustancial. Encima, la mayoría electoral nunca ha sido capaz de plasmar la representación perfecta de una sociedad de individuos. Y así, en tanto la libre expresión y la opinión pública contribuyen a una mayor legibilidad de lo social, participan de la representación. Esa es, para el autor, la justificación del papel de la prensa: “la prensa representa la opinión pública, es su órgano”<sup>112</sup>. En suma, el conflicto entre prensa y gobernantes es “un conflicto entre modos diferentes de representación” (2007: 118-124).

#### 4. *Excursus*: IDENTIDAD PROFESIONAL, MISIÓN Y OBSTÁCULOS:

A efecto de enfocar con más precisión algunos elementos ya apreciables en la visión más panorámica de los anteriores tres apartados, hemos escogido los textos de cuatro periodistas de renombre, que oscilan entre lo biográfico, ensayístico e instructivo<sup>113</sup>, así como cuatro estudios concentrados en la autopercepción y perfil sociológico de los periodistas.

---

<sup>111</sup> La furia de Robespierre contra los periodistas es un buen ejemplo: interpretaba que el papel de estos “escritores mercenarios” era “desacreditar a los oradores, es decir, a los políticos” (2012: 53).

<sup>112</sup> Aunque esta, como la soberanía nacional, sea “inapropiable”, nadie pueda pretender encarnarla por sí solo. Por lo que es un órgano “imperfecto”, “siempre aproximado”, de la opinión pública.

<sup>113</sup> A los que añadimos algunos apuntes especialmente relevantes de dos textos tan separados por los años como por la geografía y que, sin embargo, muestran una asombrosa coincidencia en valoraciones y discurso: uno de Joseph Pulitzer, de principios del siglo XX, y otro de Iñaki Gabilondo, de principios del siglo XXI.

Cebrián dice que la periodística es una profesión de “sacerdotes”, en su relación vocacional con la verdad (1985: 20) y de personas que sufren la tensión entre su insistencia de pertenecer al pueblo llano y, a la vez, luchar por acceder a los placeres y dignidades de palacio (2009). Subraya que no es concebible un periódico de verdad que no enfrente al poder. Lo llama “el carácter protestatario” del periodismo y como parte de este defiende valores como la falta de medida y la “desvergüenza” que permite “enérgicas vociferaciones”, frente a los llamados a la responsabilidad (a la que considera una forma de “opresión elegante” que busca un periodismo sumiso a la autoridad) y contra “la pasión censoria de miles de burócratas de todo el mundo” (2009:21). Para él el poder tiende a “parapetarse en los votos recibidos” (2009: 23-24) y así conformarse, y a la prensa le corresponde despertarle “aunque sea a puntapiés” (1985: 240-241). En ese sentido, *Watergate* es el símbolo (y sus protagonistas los “héroes”<sup>114</sup>) de la independencia periodística y su rol de contrapoder en las democracias. Democracia representativa y prensa pertenecen al mismo entramado institucional e ideológico (la democracia liberal), en el que los periodistas se “obsesionan” por exhibir su independencia y los políticos por “instrumentarla” (2009: 186). En tanto órganos de la libertad de expresión, los medios desempeñan un papel más elemental para la democracia que el de los partidos y parlamentos: son “expresión de la democracia directa y participativa” (2009: 24). De modo que la causa esencial del histórico conflicto de los políticos con la prensa, es la inconveniencia que la verdad puede suponer para los intereses de aquellos. Aún más, tanto se debe el periodista a la verdad que no es su responsabilidad ponderar las consecuencias sociales de la divulgación de esta (2009). El poder siempre enfrentará a una prensa independiente (2009). Asume, en suma, los nueve valores de Kovach y Rosenstiel, que enfatizan la vigilancia del poder, la independencia, el servicio a la verdad y el dar voz a los ciudadanos. Pero todo ello se desvirtúa por la tendencia de la prensa a devenir en poder y a hacer complicidades con el poder (1985). Hoy la prensa es más una

---

Además, aunque analíticamente pertenezcan a niveles distintos, en la revisión teórica precedente ilustramos con los testimonios de los propios periodistas (mediante citas al pie) algunos aspectos estudiados.

<sup>114</sup> “En realidad, todos los periodistas, yo mismo, soñamos con hacer una crisis de éstas alguna vez en la vida. Nos gusta sentirnos protagonistas de recreados y recientes *Watergate* a cada paso” (Cebrián, 1985: 15. Luego -pág. 239- añade que no existe periodista que no haya tenido la aspiración de escribir ese artículo definitivo que derribara al régimen y sus instituciones. Los directores de periódico piensan que “uno de sus deberes fundamentales” es asistir a fiestas y comer con gente importante (1985: 19). Bassets (2013) también menciona el afán de protagonismo como motor de la vocación periodística. Randall (2008:196) habla del “ego exhibicionista” del periodista.

representación del propio poder (2009). “El secreto de nuestra supervivencia” (2009: 2002), dice Cebrián, está en volver a ser repudiados por la clase dirigente.

Sobre la relación con las empresas periodísticas, Cebrián advierte que la amenaza censoria ya no procede solo de las presiones externas “sino también y muy primordialmente” del propio sistema de organización de los medios (2009: 30). Sin embargo, argumenta que no debería haber vergüenza en que las empresas informativas se dediquen al lucro, pues en la rentabilidad de su propiedad capitalista descansa su independencia, respecto de la cual es posible que aquella establezca un “círculo virtuoso” (2009: 104)<sup>115</sup>. Debe buscarse optimizar la rentabilidad del medio, pero no a cualquier precio. También debe refutarse la acusación de que la propiedad de un medio frustra la independencia de sus profesionales. Aunque reconoce que “la independencia de un medio de comunicación solo puede existir si sus propietarios y gestores tienen un compromiso genuino” con el periodismo profesional (2009: 102). Tampoco la concentración de la propiedad va necesariamente de la mano con la pérdida de pluralidad y sí es, en cambio, imperiosa para competir en el mercado global (2009).

El relato de Bradlee (2000) también permite apreciar elementos de la cultura periodística. Por ejemplo, la forma sutil en la que se entrecruza el discurso de la búsqueda de la verdad (como objetivo de la profesión) con intereses menos normativos: En la decisión sobre si publicar o no los papeles del Pentágono, se mezclaban, de forma inescindible, el compromiso con revelar la verdad con la aspiración de que el periódico “ascendiera a primera división”, y la preocupación más personal por el éxito o fracaso de “la era Bradlee”. Consideraba que no hacerlo “marcaría al *Post* para siempre” como una herramienta al servicio de quien tuviera el gobierno. El pesar por no estar publicando esos papeles no se debía a que el público no se estuviera enterando de los hechos, sino que se estuviera enterando a través del *New York Times*, mientras ellos tenían que asumir la “humillante posición” de referir el asunto con la coletilla “según informó el *New York Times*” (2000: 306, 309). No es de extrañar que tras la primera publicación por parte del *Washington Post*, cuente que se quedaron esperando a ver cómo reaccionaba la administración Nixon y cómo el *New York Times* asumía ahora la posición de tenerlos

---

<sup>115</sup> La creencia en ese “círculo virtuoso” está presente ya en Pulitzer y presupone que “el pueblo sabe, gracias a su instinto infalible, cuándo un periódico se dedica a satisfacer intereses privados y no públicos. Así, su rechazo a comprarlo limita la capacidad que tiene el mismo de hacer daño” (2011: 61). Gabilondo (2011) apuesta por reconciliar -luego, están enfrentados- el ideal de rentabilidad con el de profesionalidad periodística, aunque, a la luz de la crisis actual del modelo de negocio tradicional, no dice cómo eso sería posible.

que seguir<sup>116</sup>. Con el *Watergate* ocurrió algo similar. Cuando se percataron de que en vez de un robo ordinario se trataba de una acción dirigida desde la Casa Blanca, la primera reflexión del autor no fue sobre la gravedad del hecho, sino que se trataba de una historia “que nos pondría a todos en el mapa” (2000: 321).

Sobre la relación de los periodistas con los dueños de los medios, reconoce que “hay solo una cosa que un director debe tener para ser un buen director y esa cosa es un buen propietario”. Sabe que el trabajo desarrollado no habría sido posible sin el respaldo de la propietaria del medio, que (y esto es relevante) considera excepcional<sup>117</sup>. A su juicio, “no es casual que los mejores periódicos en América sean aquellos controlados por familias para quienes hacer periódicos es una tarea sagrada” (2000: 12). Porque eso es para Bradlee el periodismo, una “misión”, “aquello para lo que fui puesto en esta tierra” (2000: 12, 318). Una misión que justifica, incluso, la violación de la ley<sup>118</sup>. Una misión que, sin embargo, problematiza: “Hemos convencido a nuestros lectores de que tienen que esperar la verdad de nosotros. Nos cuesta trabajo darnos cuenta de la idea expuesta por Albert Camus: “No existe la verdad, solo verdades”. Esta realidad, la existencia de más de una verdad, nos queda demasiado grande”. Y es consciente de lo que significa para la credibilidad del gremio ese cuestionamiento de sus objetivos: “No podemos admitir esto públicamente... porque en cuanto admitimos que no siempre publicamos la verdad, alguien se agarra a la confirmación y dice: “Ves, ya te lo había dicho, la prensa miente. Hasta Ben Bradlee dice que los periódicos no dicen la verdad” (2000: 425), y reconoce que son susceptibles a la crítica.

Esa preocupación por la propia credibilidad acaba, paradójicamente, contradiciendo los valores de transparencia y acceso a la información, que legitiman su rol en la sociedad: ante la inminente renuncia de Nixon, confiesa que en un “esfuerzo por manteneros puros e incorruptibles”, “decidí que desde aquella mañana y hasta próximas

---

<sup>116</sup> Porque “en el periodismo hay muchos premios, pero uno de los más refinados es leer que la competencia cita a tu periódico en portada” (2000: 332).

<sup>117</sup> Dice: “que yo sepa nunca igualado dentro de la prensa” (2000: 376).

<sup>118</sup> Considera que con la decisión de publicar los papeles del Pentágono (justo lo que un tribunal federal le había prohibido ya al *New York Times*), el *Post* nacía como periódico independiente. Uno que por fidelidad a sus principios se había mantenido firme incluso frente al Tribunal Supremo (aunque la prohibición provenía del Tribunal Federal de Nueva York, y el Supremo, finalmente, dio luz verde para publicar, el autor explícitamente refiere a esa máxima autoridad judicial como uno de los poderes frente a los que su periódico plantó cara) (2000: 311). En otra parte, en relación con la sustracción ilegal de los nombres de los integrantes del gran jurado que juzgaría el *Watergate* y con la arriesgada maniobra de contactar a una docena de ellos (en palabras de Woodward una acción en la que como periodista intentaba “que otra persona cruce la línea de la legalidad mientras él permanece a salvo en el lado correcto”), Bradlee es contundente: “lo volvería a hacer. Era mucho lo que estaba en juego” (2000: 341).



noticias no se permitiría la entrada a la redacción de cámaras de televisión y fotógrafos, ni de periodistas que no fueran del *Post* en las siguientes cuarenta y ocho horas. No quería un solo artículo que sugiriera regocijo, alegría ni nada que no fuera profesionalidad. Nuestra reputación había estado en la picota... y yo quería estar seguro de que no nos cargábamos la historia en el último momento”. Aún más “Habíamos prohibido toda discusión pública de la recusación [de Nixon] durante los meses en que poco a poco iba saliendo a la luz” (2000: 374, 378). Igualmente paradójico es que, siendo el *Watergate* el mito fundador sobre las virtudes del periodismo<sup>119</sup> (por haber revelado las estrategias ilegales e inmorales del mayor poder político del mundo y haberlo hecho caer), de ese relato haya quedado suprimido que una de esas estrategias utilizadas con efectividad por Nixon y sus colaboradores consistía en la destrucción de rivales políticos mediante la filtración de informaciones (veraces o inventadas) a la prensa y difundidos por esta.

Finalmente, desarrolla cinco repercusiones del *Watergate* sobre el periodismo: **1)** La fama (tras la renuncia de Nixon, el Pulitzer, la publicación del libro de los reporteros y la película). Luego de la victoria que suponía la dimisión de Nixon fue imposible contener los egos: “Nuestros intentos por mantener a nuestros periodistas y jefes alejados de la televisión fracasaron...El sentido común se perdió en el estrépito” (2000: 378). **2)** El incremento de vocaciones periodísticas (matrículas universitarias) por afán de protagonismo. **3)** La precipitación de los periodistas jóvenes por encontrar conspiraciones donde no las había. **4)** La obtención de respetabilidad social por parte de los periodistas y su consiguiente ingreso al *establishment*, lo que, como efecto inesperado, acabó silenciándolos<sup>120</sup>. **5)** La instalación de una presunción de mendacidad de los políticos. El periodismo “cambió para siempre” después de *Watergate* en un sentido principal: “la presunción de que todos los políticos y miembros del gobierno mienten instintivamente cuando son interpelados en relación con hechos embarazosos”. Así, “busca las mentiras” se convirtió en el “lema periodístico”. El “nuevo escepticismo de los periodistas” “cambió las reglas para siempre” (2000: 399-400). Bradlee no critica este giro. De hecho, tan convencido está de lo justificado del recelo, que afirma que “para los políticos que

---

<sup>119</sup> El *Watergate* es uno de “los mitos creados por el deseo de la magnífica y nueva América de exaltar a los hombres y mujeres relacionados con la prensa” (2000: 358).

<sup>120</sup> Dice que en un principio “pensaba que los periodistas y los protagonistas de la historias debían mantener cierta distancia”, pero que “con *Watergate* los periodistas salvaron el último escollo en el camino para convertirse en parte del *establishment*”, gracias a la respetabilidad obtenida. Eso les provocó una “cautela post *Watergate*” que les llevó a no investigar, o hacerlo sin la agudeza necesaria, acciones de los gobiernos de Reagan y Bush más graves para la democracia que el *Watergate* (401-402).

llegaron a Washington tras el *Watergate*, la lección que habían aprendido se reducía a esto: que no te cojan. Y ni siquiera aprendieron bien esa lección. Y es sobre esa visión de los políticos que la prensa se encumbró: el caso “elevó a la Prensa a las alturas de la estima nacional... dio a los periodistas... una apariencia casi heroica” (2000: 377-378). Dicho en términos personales: “Sería ingrato por mi parte no hacer un lapso aquí de reconocimiento al papel desempeñado por Richard Milhous Nixon en el favorecimiento de mi carrera. Resulta maravillosamente irónico que un hombre al que tanto le disgustaba la Prensa -a la -que nunca comprendió- hiciera tanto en favor de su reputación, y particularmente de la del *Washington Post*. En su hora personal más baja, él le dio a la prensa el momento más sublime” (2000: 11). La misma correlación establece en otra parte de la obra, entre la degradación de Nixon y el hecho de que las vocaciones periodísticas se hayan disparado entre los jóvenes estadounidenses.

Por su parte, Randall también ve en los periodistas “héroes” con un “espíritu de rebelión contra la injusticia” (2008:17), cuya misión es “confortar a los débiles y atacar a los poderosos, dando la oportunidad de expresarse en público a quienes normalmente no la tienen (2008: 4), y ser un espejo para que la sociedad se vea en su reflejo, pues sin su trabajo la gente solo tendría la presumiblemente falsa versión oficial. Ardua y riesgosa labor que la prensa desarrolla frente a gobiernos empeñados en impedir el acceso a la información y que controlan con cada vez mayor cuidado la transmisión de esta, imponiéndole a la prensa su criterio de lo que es un ejercicio responsable de su labor y acusándola, con el “viejo victimismo tan propio de los políticos” (2008: 19), de “irresponsable”. Unos políticos frente a los que el periodista debe desarrollar “una mentalidad sucia y recelosa” (2008: 96); ellos, a diferencia de los “ciudadanos privados” cuya intimidad debe ser respetada, al pedir el voto y cobrar un salario pagado con impuestos, “están concediéndonos derecho a investigar sobre su persona y sobre su vida” (2008: 222).

La relación con las empresas periodísticas también aparece tensa en la obra de Randall. Entiende que los dueños de los medios quieren influir y hacer dinero, promocionar sus ideas y combatir las contrarias y beneficiar sus intereses empresariales con la información. Eso tiene consecuencias para los periodistas<sup>121</sup>. La presión por rentabilizar el negocio lleva a la reducción de costes, ésta a la de personal y a la baja en

---

<sup>121</sup> Para Gabilondo (2011: 33) “las estructuras industriales que soportan la acción periodística (...) son conservadoras”.

la calidad de la cobertura (además de la presión de los departamentos comerciales sobre las salas de redacción)<sup>122</sup>. Las prácticas de los tabloides han sido asumidas con mayor o menor disimulo por toda la prensa: presentación descontextualizada de la información, simplificada, sin matices y con fuertes contrastes (omitiendo coincidencias) de roles estereotipados, junto a un relajamiento de la ética en las formas de obtención y presentación de la información, que los periodistas relegan en la competencia por que sus notas sean publicadas. La presión por influir condiciona la labor periodística: “las prioridades de los propietarios probablemente han impuesto más limitaciones al modo en que se practica el periodismo que cualquier otro factor en los últimos veinte años” (2008: 27). Los periodistas asumen esas orientaciones, sin necesidad de instrucciones concretas, por temor al despido (aunque los directivos también puedan determinarles el enfoque a los periodistas al margen de los hechos).

Finalmente Bassets, reflexionando sobre la crisis de la profesión, la atribuye, además de al impacto de internet, a la pérdida de credibilidad que sufre la prensa por haberse confundido con el poder y abandonado su rol de contrapoder. De hecho encuentra el “origen del pecado” en la “colusión” entre los gremios periodístico y político (196). “Los periodistas formamos parte de la élite del poder, a diferencia de lo que sucedía hace unas décadas, cuando nuestra imagen era todo lo contrario y éramos los tábanos del poder” (2013: 101). Lo único que da sentido al periodismo es el control del poder y la exigencia de transparencia. Un “intelectual colectivo capaz de influir en el poder o incluso guiar o liderar una sociedad” (2013: 209). La “conciencia del mundo” (2013: 13), la importancia simbólica del caso *Watergate* que “consagró como un cuarto poder por encima de los Gobiernos” a la prensa (2013: 4-65), “cuarto poder equilibrador de los otros poderes políticos” (2013: 131), asentado sobre la fuerza de la opinión pública... “investidos de una obligación casi sacerdotal respecto a la verdad” (2013: 65)... “el diario se constituye así en... una perfecta encarnación del papel de la opinión pública en la defensa del interés general” (2013: 91), “voz de los ciudadanos sin voz” (2013: 131). Bassets (2013) sintetiza la influencia del modelo de medios estadounidense sobre el

---

<sup>122</sup> Esta tensión se aprecia ya en las reflexiones de Pulitzer de principios del siglo XX: dice que la organización y el orgullo gremial de los periodistas son el mejor antídoto “contra el peligro de la influencia de los intereses económicos en la prensa” (“si existiera ese sentimiento de clase, ningún redactor que se hubiese rebajado a convertirse en el mercenario de algún círculo de Wall Street, se atrevería a presentarse ante sus colegas”); atribuye su éxito a que “nunca me he tomado el periodismo como un negocio”; e imagina al periodista de raza como alguien que “no se preocupa de su paga ni de los beneficios de los propietarios. Está ahí para procurar la seguridad y el bienestar de la gente que confía en él” (2011: 42, 51-54).

europeo como un fortalecimiento de las fronteras entre gestión y redacción, información y opinión, y periodismo y publicidad, además de una clara orientación hacia el beneficio empresarial. Asume los nueve valores de Kovach y Rosenstiel.

En relación a las empresas para las que trabajan, Bassets dice que los dueños de los medios van por el negocio, que los medios han sido copados por la publicidad y el entretenimiento, y que precarizan a los periodistas. Reconoce silencios en la prensa por intereses empresariales. Reconoce que en el tardofranquismo y en la transición el antagonista era el Estado pero que a la postre lo llegó a ser el empresariado de prensa, en una pugna por el control de los diarios. Situación agudizada por la concentración de la propiedad. Para él, las empresas de medios ya no creen en los periodistas y en la rentabilidad de sus contenidos. En la crisis lo que han hecho es elevar precios y bajar calidad. Esa presión por la rentabilidad ha caído sobre las salas de redacción de modo que las presiones publicitarias han subordinado la información y derribado los “muros entre publicidad e información, opinión e información, gestión empresarial y dirección periodística”. Esa apuesta por lo más barato favorece la opinión improvisada y el reporterismo de baja calidad. Los grandes conglomerados lo que buscan es “influir y capturar opinión e influencia... suelen tener intereses directos en el terreno de las políticas económicas, energéticas, medioambientales y urbanísticas” (2013: 27-28). Reconoce que el periodismo nunca se ha aplicado “a sí mismo sus doctrinas sobre la libertad de expresión, el derecho a la información y la transparencia de las instituciones” (2013: 191)<sup>123</sup>. “Fue agente de transparencia un día y ahora todo el mundo señala la hipocresía que le lleva a ignorar cuanto le interesa y subrayar hasta el exceso, según se trate de la verdad incómoda o de la verdad complaciente con los propios intereses” (2013: 195). Aún el periodismo de calidad, riguroso, rompe sus reglas y asume con frecuencias las de la prensa sensacionalista, considerando que los réditos son muchos y el precio a pagar nulo. “Todo el periodismo se ha vuelto amarillo... la propia prensa de referencia ha tirado la toalla y ha buscado la igualdad por abajo cuando ha pasado a la red” (2013: 197). Es menor la democracia interna de las salas de redacción de los medios que las de las direcciones de los partidos. Frente a esto, su horizonte gremial es el de reconvertirse en blogueros: dejar de ser “periodistas atendidos a sueldos y voluntades ajenas” y empezar a ser “periodista por mí y ante mí” (2013: 112).

---

<sup>123</sup> En palabras de Gabilondo (2011: 90): “el periodismo tiene además el problema de haber creído que su misión es vigilar y por lo tanto no ser vigilado”.

Cuatro estudios de sociología de la profesión confirman esas percepciones personales. Diezhandino et al. (1994), estudiaron la élite periodística española sobre la base de entrevistas y encuestas a sus miembros. Concluyen que es apreciable una especie de “mesianismo” en dicho círculo y que no obstante ser menos relevante su papel que durante la transición a la democracia, es (a la fecha del estudio) más “estruendoso”, fruto de la importancia que los periodistas de élite se atribuyen a sí mismos (1994: 135-136). Señalan, además, la “solidaridad orgánica” y mecanismos de defensa mutua que esa élite lidera en el gremio: “aunque sólo sea por sentirnos acosados desde los mismos sitios” (1994: 120)<sup>124</sup>. Los investigadores, finalmente, abordan los conflictos entre la elite periodística y el medio para el que trabajan. Afirman que el prestigio de los periodistas se asienta, en primer término, en el de su medio, con el que los periodistas mantienen relaciones de mutuo refuerzo y de tensión<sup>125</sup>. Tensión, eso sí, que no suele trascender al debate público: “las quejas sobre los intentos de limitar la independencia informativa se dirigen públicamente contra el Gobierno... pero en privado se reconoce que las mayores limitaciones a la independencia informativa llegan por el lado de las propias empresas editoras y... por el de los poderes económicos” (1994: 178).

Ortega y Humanes (2000) profundizan sobre la tensión entre la naturaleza de las empresas periodísticas y las representaciones que los periodistas tienen de su profesión. A pesar de estar “integrados en un circuito productivo típicamente capitalista... los periodistas, sin embargo, continúan percibiendo su actividad como un servicio público destinado a fines extraeconómicos”. Por eso el periodismo no puede comprenderse si se reduce a su dimensión económico-empresarial. Esa es una parte fundamental “pero no es la clave para entender el funcionamiento real de los periodistas como grupo”<sup>126</sup>. Se mueven dentro de empresas, representativas del capitalismo tardío, pero su autorepresentación va en otra dirección distinta a la de las empresas en las que trabajan: “se siguen viendo a sí mismos como un grupo de status: el prestigio y las cualidades

---

<sup>124</sup> Muñoz (1988: 52) también acusa “un exceso de espíritu corporativo” que permite entender que “cuando un periodista tiene problemas... con algún organismo oficial, la práctica totalidad de la profesión adopte unas cerradas actitudes de defensa del colega en cuestión, dispensándose del análisis objetivo del problema”; una “actitud que ante cualquier contencioso se decanta ciegamente a favor del periodista”. Asimismo, investigaciones empíricas han demostrado que las historias negativas sobre la prensa acaban deslegitimando ante sus audiencias a los propios medios que las difunden, en la medida en que afectan la credibilidad de la prensa en general (Castells, 2009: 384-385).

<sup>125</sup> Tan temprano como 1910, Weber advierte el conflicto de interés (expresados en la cuestión de si las notas de prensa son firmadas o no por su redactor) entre el periodista individual por darse a conocer y el periódico por no llegar a depender de ese empleado y su prestigio.

<sup>126</sup> Señalan que “la mediación efectuada por los periodistas entre sociedad y política es bastante más decisiva en la configuración de la profesión” que su relación con los medios como empresas (2000: 61).

asociadas al carácter (intuición, olfato, raza) siguen constituyendo los ejes centrales de las imágenes que de sí mismos proyectan” (2000: 59-60). Imagen elevada que colisiona con la realidad de la precariedad laboral y que estaría en la base de una actitud crítica, motivada en el resentimiento que produce una sobreoferta de periodistas formados, frente a una menor demanda del mercado laboral. Si entienden el periodismo como “algo más” que una profesión, el resentimiento contra una sociedad que no los recompensa como (entienden que) debería, se racionaliza en forma de crítica social (con el componente de un moralismo extremo) (2000: 44-45).

Al tiempo que transmiten esa imagen mistificada de ellos mismos y de su labor, en la que los riesgos en función de la libertad y la transparencia los convierten en héroes al servicio de una causa, mantienen una relación con los empresarios dueños de los medios de muta necesidad. El periodista nuevo debe someterse a los procesos de iniciación no escritos pero establecidos en el propio gremio y adaptarse a la “mentalidad” imperante en cada medio, su estilo e identidad institucional (más allá del “Libro de estilo”). Comparten los periodistas, como grupo dentro de la empresa, el interés del empresario por el aumento de público, publicidad y beneficios, sin perder el interés, eso sí, en mantener la profesión bajo un significado específico: como una “vocación al servicio de los intereses públicos”. Más que una profesión, una misión que trasciende las fronteras de las profesiones y de las distintas empresas mediáticas. De modo que lo fundamental es “la identificación con el grupo profesional, en la práctica de una solidaridad mecánica y en la mutua protección. El periodismo es así una actividad transversal, que permite mantener unidas, en una visión bastante compacta de la realidad, a personas que realizan trabajos muy distintos y en empresas competitivas. Por encima de los conflictos inevitables a que el oficio da lugar, los intereses generales de la profesión son el principal vínculo de integración dentro de la misma y un eficaz medio de defensa frente a los empresarios”. Estas características de los periodistas como grupo explican lo innecesario de la organización profesional formal y permite que en su seno sea “un sector relativamente minoritario (...) no definido a partir de atributos directamente objetivables, el que ejerza el control práctico sobre el resto”. Esa especie de “iniciación por imitación pone en manos de los periodistas el control de su reproducción profesional, y por lo mismo la definición de no pocas de las reglas propias del oficio” (2000: 58-59, 61).

Canel et al. (2000) ofrecen un perfil del periodista español de principios del siglo. Entre los periodistas hay dos posturas sobre la formación necesaria: los que defienden

que el oficio no se aprende en las aulas y los que consideran indispensable la cualificación especializada y acusan de intrusismo a los profesionales de otros campos. La primera es mayoritaria entre los estudiantes de periodismo y los periodistas (preocupados por el empleo). La segunda, compartida por los directores de los medios (interesados en la especialización de la cobertura). Todos coinciden en que es un oficio vocacional. Sobre las condiciones de trabajo, internacionalmente los sueldos son bajos y las jornadas laborales por encima de lo normal, lesivas de la vida familiar (carga que se acentúa entre los profesionales más jóvenes). Las decisiones sobre a qué asuntos se les da cobertura (se les convierte en noticia) y de qué forma, recaen, principalmente, en el director y los jefes de sección. Los redactores y los libros de estilo, tienen menor relevancia al respecto. Los entrevistados estuvieron de acuerdo, en alto grado, en que, en el afán por llenar sus secciones de contenido, generaban pocos temas propios y estaban muy pendientes de lo que informaran los medios más poderosos para seguirlos. Todos son rasgos que se acentúan o disminuyen según se trate de “redacciones jerárquicas” o “participativas” (2000: 66-70)<sup>127</sup>.

El carácter profesional o no del periodismo, lo miden según este se realice siguiendo pautas comunes, definidas por los propios periodistas y de aceptación general en el gremio, y amparados, quienes lo desempeñan, por un vigoroso asociacionismo. Este último resulta bajo y decreciente. Los resultados denotan baja profesionalidad: La autonomía de los periodistas para llevar a cabo su labor bajo estrictos criterios profesionales es constreñida, principalmente, por los propietarios de los medios para los que trabajan, luego por la audiencia (“se está convirtiendo en una de las máximas tiranías para el periodista”), los anunciantes y, solo en cuarto lugar, por presiones políticas externas (2000: 91). En lo atinente al seguimiento de reglas comunes, para los periodistas la objetividad significa respeto absoluto por los hechos y separación clara (incluso espacial) de estos respecto de su interpretación (opinión). Reconocen que esa separación absoluta no es posible y sobre la forma específica de llevar a la práctica dicho principio no hay consenso (incluso defienden reglas contrapuestas de aplicación).

En la ética profesional también hay discrepancias. Hay quienes priorizan el derecho a la información sobre el derecho a la intimidad y quienes anteponen este a aquél. Otros puntos discutidos en la profesión a nivel internacional, son el pago por información

---

<sup>127</sup> Aunque, en general, se reconoce que “el trabajo periodístico es muy jerárquico, tanto o más que el cuartel” (2000: 69), sobre todo en la prensa escrita, debido a la necesidad de mantener una línea editorial.

y el desvelamiento de documentos confidenciales cuando pertenecen a instituciones públicas. Normas de conducta en cuya consolidación es determinante el propio gremio, pues el periodismo, según distintas investigaciones internacionales, es una “profesión colectiva”: “la socialización con los colegas de la redacción (el intercambio de opiniones, las decisiones compartidas sobre lo que se publica, las correcciones de compañeros, etc.) y las exigencias de la organización (la propia dinámica que impone una determinada propiedad del medio) son muy influyentes. Tanto que pueden llegar incluso a anular los valores individuales y las propias creencias” (2000: 103).

En cuanto al rol del periodista, los profesionales se dividen entre ser “neutral” (limitándose a referir los hechos) o “participativo” (aportando análisis y cuestionando las versiones de las fuentes), o, en otra categorización, entre ser “difusor”, “intérprete” o “adversario”. Los resultados del estudio retratan un periodista, además de difusor de información, “defensor de una causa” (en la medida en que procuran “influir en el público” y “promocionar valores e ideas”) y “adversario del poder” (pues “desconfía por sistema de las fuentes oficiales y se muestra crítico con los políticos”), acentuado este último rasgo en la TV. Los autores concluyen, además, que este “periodista adversario se cree aséptico”<sup>128</sup>. En cuanto a la orientación ideológica, contrario a la tónica del periodismo del siglo XIX, muchos piensan que los periodistas no deberían tener ideología: “se ha ido forjando el mito de los periodistas independientes, buscadores incansables de la verdad, libres de prejuicios, que presentan las cosas tal y como suceden en la vida misma. Sin matices, sin intereses ocultos, sin partidismo” (2000: 31-32). Mayoritariamente se ubican ideológicamente a la izquierda (más que español, es un fenómeno internacional) y se declaran apartidistas. A diferencia de EEUU, los periódicos españoles no suelen identificarse explícitamente en campaña a favor de una alternativa partidaria. Para los autores, la muy negativa percepción que los periodistas tienen de los políticos y las instituciones en que se desempeñan (contrario a los medios, la institución que mejor valoran), obedece a la forma en que entienden su profesión, “sintiéndose más cómodos” con los valores de la crítica, el inconformismo y la imagen de “perros guardianes de la democracia”. De modo que esa valoración negativa “forma parte de la siempre tormentosa relación entre prensa y poder (...) reflejo del constante tira y afloja

---

<sup>128</sup> “Considera que ni su ideología ni su propia escala de valores le influyen al enfocar las noticias. Desconfía de la información que parte de los organismos oficiales y por eso hace poco uso de las ruedas de prensa, las notas de prensa, las declaraciones de los políticos y los gabinetes de comunicación” (2000: 94-97)



entre los políticos y los periodistas”, en el marco de una relación de colaboración y contienda (2000: 37-38).

Santos (2003) ha investigado a la élite periodística francesa, su relación con el resto del gremio, con los políticos y con los medios en los que trabajan. Primero establece los criterios de delimitación de esa élite. La componen periodistas con “altos ingresos, amplia red de contactos, elevadas audiencias o tiraje, notoriedad en el interior de la profesión, prestigio social y consideración por parte del poder”, especialmente “periodistas que cubren la noticia política, mediácratas, presentadores, editorialistas y redactores jefes, de los grandes medios, que controlan la difusión de los mensajes sobre el espacio público”, por lo que han sido llamados “portavoces de la *doxa* mediática”<sup>129</sup> (2003: 221).

Ese monopolio, con la revolución de Internet, se perdió, pero no la influencia. Santos interpreta que la investigación/denuncia y la reflexión/análisis son los ámbitos hacia los que se estarían moviendo los medios de referencia y la élite periodística. Desde su posición “intentan imponer al resto de la sociedad su visión del mundo, sus preferencias y sus puntos de vista”, que suelen ser bien recibidos por lo parecidos que son a los climas de opinión establecidos: a los miembros de la élite periodística los distingue “su aptitud a plegarse sin escrúpulos a las expectativas del público menos exigente” (2003: 37-39). Lo necesitan en virtud de una lógica *Audimat*, al punto que “la medida de la audiencia se presente como el equivalente funcional del sufragio universal” (2003: 110). Su carácter “emergente” significa que no se trata, solo, de una categoría social de reciente cuño, sino de “un poder ascendente en la sociedad actual frente a los otros poderes tradicionales”<sup>130</sup>. La aportación capital de la teoría de circulación de élites reside en que da cuenta del fenómeno de su auge y caída, y aquí “asistimos a la implantación del poder mediático”, que “cada vez adquiere mayor relevancia y peso en protagonismo e influencia”<sup>131</sup> (2003: 39-41).

---

<sup>129</sup> En cuanto a su perfil ideológico, concluye en que hay una tendencia según la cual a mayor retribución, mayor conservadurismo, conducta que denomina de “estómagos agradecidos” (2003: 99).

<sup>130</sup> La conclusión de Santos sobre la autoconciencia de los miembros de esta nueva élite, es que creen que “tienen mucho poder” (2003: 245-252).

<sup>131</sup> Lo que no significa un acenso social general de la profesión periodística. Para Santos (2008: versión web), puede percibirse “un distanciamiento entre esta especie de generales de la información, con respecto al ejército de periodistas (los soldados de la información), que de alguna manera les están subordinados y que padecen cada vez más situaciones precarias”. Así, aunque resulte paradójico, el ascenso social de ese “poder mediático”, va de la mano de la “precarización” del empleo de la mayoría de periodistas.

Esa vocación por influir los posiciona como los intelectuales dominantes de nuestra era. La autora relaciona a la élite periodística con la figura del nuevo intelectual mediático o *fast-thinkers*, como un rol que los miembros de esta pueden desempeñar: para ser parte de esa élite se debe ser capaz de formular el pensamiento dominante actual. Por cierto que Ortega (2006, 2007 y 2011) también interpreta al caudillo periodístico como un nuevo intelectual y Minc (2012)<sup>132</sup>, al discutir la incursión de los periodistas como intelectuales en el debate público, advierte fronteras porosas entre estos y los periodistas<sup>133</sup>. La razón está en el espacio de libertad que crea la prensa para la discusión pública de ideas. La pluma sustituye a la espada en la lucha contra la tiranía, al punto de llamar a la insurrección la “prolongación del periodismo por otros medios” (2012: 163). Así, el periodista constituye un tipo de intelectual que llega a un público mucho más amplio que el tradicional afincado en la academia; uno que emplea la ferocidad y la ironía, más que el razonamiento conceptualmente riguroso. Sujetos consagrados a abrirle los ojos al pueblo y desvelar lo oculto del poder.

Regresando al perfil de estas figuras esbozado por Santos (2003), también está la idea de que la opinión pública los legitima aunque, en realidad, esta sea poco relevante en el proceso de producción de noticias: una cosa son los “temas de preocupación” (de la gente) y otra los “temas de controversia”. Estos últimos son los que permiten una cobertura dramatizada y de conflicto, que es la preferida en esa dinámica de producción de noticias. De forma consecuente con esta actitud de la élite periodística de plegarse a las opiniones dominantes, está la de los medios en aras de complacer a sus audiencias. Santos lo llama “mentalidad *Audimar*”. Mazzoleni (2010: 70) “populismo mediático”. La competencia entre medios los homogeniza, impone el marketing redaccional y estimula el negativismo noticioso, la espectacularización<sup>134</sup> y hasta ridiculización de la noticia política y, en general, una “lógica anti-política” (2003: 208). Al enfatizar temas de controversia sobre los de preocupación y exigirle a los políticos declaraciones en formato

---

<sup>132</sup> Minc caracteriza a los intelectuales (en principio no periodistas), en su versión moderna aparecidos en el siglo XVIII, como herederos de una tradición mucho más antigua, definiendo su identidad como opositores al poder político, un contrapoder que “hace de la opinión pública un ejército en sus manos” (2012: 31), pero que, a la vez, distancia su juicio del de la masa, un magisterio moral aliado de la sociedad civil, eventualmente enfrentado a la prensa. Hoy están siendo sustituidos por los especialistas, más técnicos en sus saberes y sin que causas morales (enmarcadas en ideologías generales) distingan sus aportaciones. En suma, perdieron su incidencia política.

<sup>133</sup> Llega a designar a los periodistas como una categoría de intelectuales, bautizados en la Revolución Francesa como “escritores políticos” (2012: 52).

<sup>134</sup> Santos (2003) destaca el hecho de que se hayan llevado los debates políticos de los parlamentos a los platos de TV.

de titular, “conforman el sentimiento de una oferta política inadaptada a las verdaderas preocupaciones de los ciudadanos” (2003: 237).

En cuanto a la relación de la élite periodística con los medios y con el resto del gremio, Santos (2003) apunta que la concentración de la propiedad ha puesto a la prensa al servicio de intereses comerciales que muchas veces la silencian. Sus entrevistados reconocen una notable pérdida de autonomía de las salas de redacción respecto de los departamentos de gestión comercial, de modo que cada vez es más preponderante la censura por motivos económicos que por motivos políticos, sin que la consolidación de la élite lo haya evitado<sup>135</sup>. Lo que sí ha reforzado el surgimiento de la élite es el “corporativismo” de la profesión, su “solidaridad orgánica” que “se pone en marcha cuando reciben críticas como colectivo desde el exterior” y que “funciona especialmente para defender sus posiciones y sus actuaciones”. Una cohesión fortalecida por la consolidación de prácticas como los favores y castigos internos (2003: 167-172) y por el hecho de que los miembros de la élite, incluso aunque difieran ideológicamente, se conozcan y se estimen. Eso sí, la existencia de “clanes” dentro de la élite periodística evidencia que esta no supone que entre sus miembros no hayan conflictos intestinos (2003: 151).

## 5. BALANCE GENERAL:

En relación con la **pugna por el control sobre el espacio público**, importa anotar que los medios/periodistas han pretendido ese control mediante la desregulación de su actividad empresarial (que ha favorecido la concentración de la propiedad), la merma de medios de comunicación públicos (para reforzar la dependencia que los políticos y, en general todos los actores sociales, tienen de los medios privados para acceder al discurso público), y la apelación a la libertad de expresión (para impedir restricciones a sus contenidos), a la autorregulación profesional (en realidad inexistente debido a la informalidad de la organización gremial) y a la transparencia del Estado (para exigir el acceso a la información). Aquí cabe subrayar que la mayor libertad de los medios/periodistas significa menor capacidad del Estado para controlarlos, lo que a su

---

<sup>135</sup> Entre otras cosas, eso provoca la paradoja de que defiendan el ideal de la transparencia al tiempo que silencian la opacidad (sobre todo en cuanto a manejos financieros) de las empresas para las que trabajan.

vez se traduce en mayor poder de los medios para controlar al Estado<sup>136</sup>. Así también, mayor transparencia del Estado y derecho de acceso a la información por parte de los medios/periodistas, significa menor margen de discrecionalidad (libertad) de los políticos para decidir la conveniencia o no de revelar determinada información. De ahí la estrecha relación entre libertad y regulación, poder y capacidad de control, en un pulso de suma cero entre los medios/periodistas y el Estado. Al final, si bien espacio público y Estado son distintos, para ejercer control sobre aquel, los medios/periodistas han procurado aumentar su poder sobre el Estado y disminuir el del Estado sobre ellos. La mediatización de la política o el sometimiento de la política a una lógica mediática, es la evidencia del control alcanzado por los medios sobre el espacio público. Expresivo, a su vez, de un nuevo equilibrio de fuerzas (entre el Estado y los medios/periodistas) que ha dado lugar a una nueva cultura periodística que abandona sus tradicionales precauciones para referirse críticamente a los políticos. Es necesario, sin embargo, un matiz: el poder o la capacidad de control ganados en el proceso, es más de los dueños de los medios que de los periodistas, que han perdido autonomía por la hegemonía de la lógica comercial que rige las empresas de medios<sup>137</sup>. Lógica comercial que motiva, además, el negativismo en relación con la política. Finalmente, los políticos pretenden mantener o recuperar ese control mediante el secreto, la presión legal (judicial y administrativa) sobre los medios/periodistas, y mediante la fidelización clientelar de estos<sup>138</sup>.

Sobre la **competencia por el poder simbólico** cabe concluir que los medios/periodistas acumulan los recursos para su ejercicio (con el objetivo de aumentar su capacidad de influencia) mediante la puesta en valor de su aporte a la sociedad (informadores veraces y defensores de la ciudadanía frente a los abusos de los políticos) y el desprestigio de la política y el Estado (sobre todo mediante un enfoque cínico de sus dinámicas y centrado en los escándalos). Representación negativa de la política que es reforzada por los propios políticos, que para imponerse sobre sus rivales necesitan desprestigiarlos. Representación positiva de la prensa cuya puesta en cuestión carece de estímulos tanto en el ámbito de los medios como en el de la política (dada la asociación

---

<sup>136</sup> Para simplificar el discurso en algunas ocasiones se dirá “Estado”, aunque con ello hagamos alusión a las autoridades políticas y técnicas que lo operan e, incluso, a los políticos que sin estar adscritos a las instituciones que lo integran, sí desarrollan su actividad profesional en su órbita, puntualmente desde los partidos políticos.

<sup>137</sup> En este sentido, al igual que en el Excursus, debe problematizarse esa unión medios/periodistas.

<sup>138</sup> El populismo suramericano es, a este respecto, un caso extremo.

consolidada entre respeto a la prensa y democracia)<sup>139</sup>. Debe subrayarse que los periodistas reproducen esa representación polarizada en medio de una crisis de su identidad profesional, no solo por la sedimentación de distintas tradiciones periodísticas que reivindican roles sociales contradictorios para el periodista, sino por la crisis de su profesionalización provocada por la hegemonía de la lógica comercial sobre el proceso de producción de noticias. De ese interés por legitimarse y ganar influencia, de esas tradiciones periodísticas contradictorias y de esa crisis de la corriente profesionalizante del oficio, surge el “periodismo sin información” y el “caudillismo periodístico”, teorizados por Félix Ortega. Lo entiende como una especificación española del modelo “pluralismo polarizado” de Daniel Hallin y Paolo Mancini, caracterizado, entre otros rasgos, por la distancia de su “periodismo” respecto del propio del modelo liberal (por eso cuestiona la convergencia hacia ese modelo, advertida por Hallin y Mancini). Para la presente investigación, la convergencia es normativa, ideal, discursiva (de modo que no excluye las realidades alejadas del paradigma profesionalizante) y el periodismo sin información, además de conservar rasgos del pluralismo polarizado (que es el énfasis de Ortega), es también resultado de la crisis del modelo liberal (luego, trasciende la realidad española) causada por la hegemonía comercial sobre el periodismo y la emergencia de Internet, y (en el caso extremo del caudillismo periodístico) expresa una nueva cultura periodística que enfatiza la hostilidad hacia la política. Por otra parte, los políticos (habiendo perdido la solidez de las lealtades por alineamiento partidario y en una época en la que la política ideológica ha perdido peso frente a una que gira en torno a la personalidad de los líderes y la confianza que generen) buscan el poder simbólico recurriendo a asesores profesionales que los ayuden a gestionar su visibilidad y que se interpongan (de forma protectora) entre ellos y los periodistas, o estableciendo alianzas con estos para mejorar su imagen o erosionar la de sus rivales.

En lo concerniente al **conflicto por la representación de la opinión pública**, los medios/periodistas buscan posicionarse como los representantes de la sociedad civil mediante la victimización de la ciudadanía, la presentación de los medios como el espacio para la razón, la neutralidad y el sentido común, y, sobre todo, mediante la apelación a la opinión pública. En realidad se trata de una construcción acientífica de esta, con la que sustituyen a la denominada sociedad civil y que utilizan como “mito legitimador” de sus

---

<sup>139</sup> Lo que no impide que, en enfrentamientos puntuales entre políticos y medios específicos (o más amplios en el caso excepcional del populismo latinoamericano), políticos desprestigien a un sector de la prensa.

posiciones, empleándola a la vez para presionar a las autoridades públicas. Esto crea un conflicto de legitimidades entre lo que las urnas dicen que los ciudadanos votan y lo que los medios dicen que sus audiencias opinan. Conflicto en el que la legitimidad de los elegidos está perdiendo relevancia, debido a la imprevisibilidad del mandato electoral y a la cotidianidad con que los medios “toman el pulso” a la opinión pública, comparada a lo esporádico de los eventos electorales. También explica una nueva cultura periodística que enfatiza su “alianza con la gente” y el “dar voz al ciudadano de a pie”. Y constituye, respecto de los representantes políticos, una suplantación simbólica de su rol que (al menos en América Latina) favorece una “reinversión” de legitimidades. Una mirada a la evolución de ambas profesiones, sin embargo, evidencia que la primera suplantación la llevaron a cabo los políticos. Si con la mediatización de la política (a finales del siglo XX y principios del XXI) el caudillo periodístico ha suplantado simbólicamente al político profesional, antes (a principios del siglo XIX), mediante el proceso de profesionalización de la política (según Max Weber), fue el político profesional quien ocupó un espacio o rol social hasta entonces desempeñado por los periodistas, lo que evidencia, en cualquier caso, que desde sus orígenes estos han sido oficios que (además de complementarse de forma colaborativa) sufren la fricción de unos roles sociales que se traslapan. Como reacción, los políticos buscan defender su rol de representantes de la sociedad (y desacreditar en ese aspecto a los medios/periodistas), poniendo en valor su carácter de electos mediante el sufragio democrático.

Se trata, en suma, de tres perspectivas diferentes pero complementarias y convergentes, cuyas conclusiones, de la forma más sintética, pueden expresarse así: los medios/periodistas le disputan a los políticos la representación de la sociedad, a efecto de ganar con ello influencia y afianzar su control sobre el espacio público; proceso en el que, liberados de los controles que les impedían excederse en la crítica a los políticos, han hecho del antagonismo hacia estos y de la representación de la sociedad civil, elementos medulares de su identidad. De las tres, además, pueden colegirse cuatro grandes motivaciones (no excluyentes entre sí) por las que pueden aparecer, en la prensa, valoraciones negativas de los políticos.

**1) Las resultantes del choque de la función de la prensa con la “naturaleza” del poder político:** En la acción política el secreto, el control sobre la información y sobre la interpretación de la realidad, es crucial. Sea para ocultar corrupción, negligencia, efectos negativos de decisiones públicas o estrategias para la consecución de fines aún no

alcanzados, al poder político le resulta imprescindible el secreto. Pero la concepción ideal de la democracia plantea la identidad entre gobernantes y gobernados, y en una relación de identidad no cabe el secreto. Con base en esa aspiración democrática, el periodismo profesional adoptó como razón de ser informar. La transparencia y el acceso a la información son su reclamo esencial. Y en lo que atañe a los hechos conocidos, el poder político procurará que la prensa reproduzca su interpretación, fundamental en la gestión de la reputación, base del poder simbólico, mientras que la prensa, a efecto de no ver cuestionada su independencia, cuestionará la interpretación oficial e incluso ofrecerá lecturas alternas a esta. Así, la tensión entre ocultar y revelar, y la tensión entre interpretaciones distintas de los hechos conocidos, dará lugar a críticas y valoraciones negativas de los políticos en la prensa.

**2) Razones económicas:** La selección de los hechos negativos de la realidad para informar preferentemente sobre estos, así como la interpretación negativa de los acontecimientos, son comercialmente rentables. Y ello es tendencial en los medios pues, aunque la explotación y exageración sensacionalista de esos acontecimientos implique sacrificar estándares periodísticos, el campo económico es hegemónico sobre el periodístico. Hay allí un incentivo económico para el negativismo en la noticia política. Con la misma motivación económica, el medio puede incurrir en una especie de “populismo”, consistente en adoptar las opiniones que presupone en su audiencia, en una actitud conformista dirigida a empatizar con el público (del que depende el *rating* y los ingresos por publicidad), lo que los incentiva a reproducir climas de opinión instalados, entre ellos el prejuicio antipolítica. Finalmente, medios y periodistas también pueden desarrollar valoraciones negativas de los políticos en defensa de sus intereses corporativos perjudicados o amenazados por partidos, políticos individuales o políticas públicas puntuales.

**3) Razones políticas:** Aun antes de que la concepción profesional del periodismo triunfara y le impusiera al oficio la idea de servicio público de información como deber supremo, la prensa nació para influir (y para entretener), no solo ni principalmente para informar. Y como además de conflicto hay cooperación entre políticos y medios, pueden aparecer en estos valoraciones negativas de políticos: resultado de la instrumentación de los medios desde la política -filtraciones para que desde la prensa se erosione el capital simbólico de un contendiente político-, fruto del paralelismo partidario -medios afines a partidos desarrollando estrategias de crispación contra un partido rival-, o a consecuencia

del paralelismo ideológico -medios que atacan a gobiernos, políticos o iniciativas, contrarias a su visión de mundo-. La “diferenciación” de los medios respecto de la política ha corrido paralela a su “desdiferenciación” respecto de la economía y estos, en América Latina, han pertenecido a oligarquías históricamente recelosas de que los políticos se les emancipen, lo que también es una motivación para las valoraciones negativas de los políticos en la prensa.

**4) Razones ideológico-identitarias:** Todas las profesiones construyen (ideológicamente) una identidad y en esta es esencial el rol que se reclama para sí en la sociedad. Los periodistas han desarrollado la de **a-** observador/informador, **b-** facilitador del debate social -ambas parte del ideal del periodismo profesional que nunca se consolidó en América Latina -, **c-** abogado, **d-** custodio del orden, y **e-** adversario del poder. El surgimiento de Internet y el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, le han hecho perder al periodismo y a los medios tradicionales su monopolio sobre la difusión de información y la plataforma de debate público. Según Gandour (2016), el entorno en línea (como resultado de la multiplicación de las fuentes de noticias y las fragmentaciones resultantes de la audiencia) puede erosionar la influencia editorial sobre la agenda del público (erosión del poder que se hace sentir con mayor intensidad durante los eventos políticos cruciales). Es posible que esto esté motivando a los medios/periodistas a enfatizar las últimas tres versiones de su identidad profesional, con la consiguiente agudización de su tensión con los políticos y el Estado.

Se trata de un énfasis consistente con su identidad de origen: según Norris (2000), desde los tiempos de Edmund Burke la prensa se ha considerado custodia del interés público, portavoz de las necesidades de los ciudadanos y aguijón para las autoridades de gobierno. Un énfasis reforzado, además, con el surgimiento de una “cultura mediática internacional” o “nueva cultura del periodismo” (Hallin y Mancini, 2008), que implica su separación total y posicionamiento de adversario, frente a los políticos y que empata con un elemento básico del modelo liberal hacia el que convergen los distintos sistemas mediáticos: el Estado es valorado negativamente. Algo propio de la “tercera fase” de la historia de la comunicación política, que consiste en “un mayor cinismo, en algunos casos rayano en el desprecio por la política, en la mofa, en la búsqueda espasmódica del escándalo y el sensacionalismo” (Mazzoleni, 2010: 96). Significa que los periodistas - para los que el afán de protagonismo y la oposición al poder han sido tradicionalmente motivaciones vocacionales- están pasando del rol de “*watchdog*” del interés público y



contra la corrupción, al de “*attack dog*”, un papel de “arbitrista” de la sociedad que perfila una forma de “caudillismo periodístico” (Ortega, 2011). Y como todo “mesianismo”, ese posicionamiento va acompañado de un “victimismo ciudadano”, convirtiendo al periodista en defensor y vocero de la sociedad civil frente a los políticos, de modo que la virtud de los periodistas se aquilata en la maldad de los políticos y en la medida que el poder político se envilece, la misión de los medios se ennoblece. Siendo que la base del poder político en democracia es la representación de la sociedad, lo anterior configura un conflicto de roles sociales (en los términos de Berger y Luckmann<sup>140</sup>), debido a que uno de ellos (el rol-periodista) entiende que su desempeño implica la oposición al otro y, además, a que en un aspecto fundamental (la representación de la sociedad), ambos se solapan.

Lo anterior es consistente con el balance general del *Excursus*: La tensión de base, constitutiva de la profesión<sup>141</sup> -la compatibilidad y coherencia de un servicio público (más aun, una misión o apostolado) que es, a la vez, un negocio privado con fines de lucro-, encontró una solución teórica derivada de la historia (fue la base comercial de las imprentas lo que las emancipó del control de las autoridades civiles y religiosas): El discurso del círculo virtuoso rentabilidad/independencia. Según este, el periodismo es una profesión que consiste en la provisión de un servicio público (información y vigilancia del poder) esencial para la democracia (tanto, que puede eventualmente justificar incluso la violación de la ley) y que si bien solo se puede sostener sobre una base comercial, no resulta -en la praxis periodística- condicionada (sesgada) por esta, lo que, de ocurrir, reduciría su autonomía/profesionalidad. Pretensión de autonomía que no riñe con los intereses de los propietarios (ánimo de lucro), pues en ella se asientan la credibilidad que el público confiere al medio, soporte de su influencia y de sus ventas.

¿Tensión resuelta? No parece. La fragilidad de esta concepción (además de la contradicción que supone reconocer a la capacidad de influencia como un fruto de la credibilidad obtenida por la independencia), es que se sostiene sobre una visión idealizada

---

<sup>140</sup> Los roles son tipificaciones de quehaceres, a los que en un contexto se asigna un sentido objetivo, con el cual el sujeto que los realiza se identifica al hacerlo. Una parte de la autoconciencia de ese individuo se estructura según dicha objetivación. Es como “el libreto no escrito de una obra teatral”, que establece un “conjunto de acciones programadas”, distintas para cada actor (rol) según una progresiva especialización social de los conocimientos, de los que cada rol es “administrador” (los autores no entran a analizar, pero sí advierten la posibilidad de conflictos entre “camarillas rivales de expertos”). Se trata de universos de significado colectivos que “cobran realidad subjetiva para los individuos” en su actividad social (Berger y Luckmann, 2011: 93-102).

<sup>141</sup> Ya expresada por Joseph Pulitzer en 1904 y explicitada por Max Weber en su conferencia de 1910.

de los propietarios de los medios y del público. La historia abunda en ejemplos, en cambio, de que los propietarios pueden sacrificar sus intereses comerciales en función de sus intereses políticos o que los intereses comerciales del medio pueden ser solo una pequeña parte “sacrificable” dentro de los mayores intereses corporativos en función de los cuales produce periodismo. También es evidente que no necesariamente el público se percata de la traición a los valores normativos del periodismo por parte de los medios que consume y que aun siendo consciente de ello, no los castiga de tal forma que ello produzca su bancarrota.

De modo que la crisis actual del periodismo pasa, en buena medida, no solo por la emergencia del Internet y las Tecnologías de la Información y la Comunicación (que les ha quitado la llave de control en el acceso al discurso público y el monopolio sobre la información de la realidad más allá de la experiencia inmediata, que les ha disminuido los ingresos por publicidad y los ha forzado a verter sus contenidos en plataformas en las que las ganancias no son para ellos) y la hiper-individualización del consumo (que le difumina los públicos a la prensa generalista). Pasa, también, por la crisis de ese “círculo virtuoso”, por la conciencia, cada vez más clara (apreciable en los testimonios de los propios periodistas), de lo idealizados que son sus presupuestos y de la distancia entre ese relato y la cotidianidad de los medios y el ejercicio profesional del periodismo. En otras palabras, la crisis del periodismo consiste, básicamente, en el resurgimiento de su conflicto de base nunca resuelto, es decir, de la tensión constitutiva del periodismo como profesión, agudizada, eso sí, por la aparición de Internet y la secularización de la sociedad y su consiguiente hiper-individualización del consumo de bienes simbólicos.

En medio de esa crisis, el rol de informador es el más afectado, tanto por el costo de producción de contenidos informativos, como por la difuminación de intereses por parte del público. En cambio, el rol de crítica del poder (normativamente de todo poder, pero en la práctica acentuadamente del político), no solo no se ha vuelto más costoso económicamente sino que ha devenido más fácil de cumplir, gracias a los desarrollos normativos y jurisprudenciales que protegen la labor periodística, así como los que han transparentado al poder político (una y otra cosa en las democracias liberales). Rol que les permite empatizar con las audiencias debido al malestar general con la democracia y sus operadores políticos. Rol que, además, no es incompatible, sino adaptable, a la creciente demanda de entretenimiento y amarillismo por parte de los públicos de las empresas de medios. Rol que contribuye como ningún otro (según piensan los

periodistas<sup>142</sup>) a dar lustre a sus carreras y que satisface el afán de protagonismo central en esa vocación. Quizá sea esa la explicación de por qué, según Gandour (2016), las actuales, aunque son salas de redacción más pequeñas y que producen menos contenidos periodísticos, publican más mensajes diarios<sup>143</sup>.

---

<sup>142</sup> Es elocuente que en los tres testimonios recientes de periodistas, enmarcados en la crisis de la profesión (Cebrián 2009, Gabilondo 2011, Bassets 2013) se apunte, como forma de recuperar el prestigio perdido, la necesidad de marcar distancias claras respecto del poder político y posicionarse “al lado de la gente”.

<sup>143</sup> Sus resultados mostraron (en EEUU) que un 83% de los medios había reducido el número de periodistas en su planilla en los últimos 10 años, lo que fue de la mano de una reducción global de toda la producción periodística, tanto para medios impresos como para digitales. A pesar de ello, entre 2013 y 2016, los periódicos aumentaron su número medio de mensajes diarios en las redes sociales un 6%.

## II. CRÍTICA Y RECHAZO DE LA POLÍTICA: LAS EXPRESIONES DEL MALESTAR

En este capítulo nos interesa comprender las razones esgrimidas, las causas probables y los argumentos utilizados, en la crítica y rechazo hacia los políticos, tal y como ha sido analizado el fenómeno en las ciencias sociales. Para dar orden a ese universo de expresiones del malestar, se les considerará de manera diferenciada según vayan dirigidas, principalmente, contra las autoridades públicas, contra la actividad política, contra los partidos políticos o contra los políticos (si bien, en la realidad, estas suelen aparecer entremezcladas en mayor o menor medida).

### 1. LA CRÍTICA A LA CLASE GOBERNANTE Y AL ESTADO:

Si bien Hermet (2001: 21-22) destaca como el elemento común en todos los populismos, “el rechazo o la desconfianza que, golpeando permanentemente a quienes tienen el poder, se traduce en ese desamor que afecta a los políticos”, dicha repulsa es mucho más antigua y trasciende al populismo. Theodor Herzl, padre del sionismo, “asimilaba ya a los bandoleros” y a los políticos. Para Michael Walzer<sup>144</sup>, el origen de dicha desaprobación es un “radicalismo popular” nutrido de la animosidad que la masa de los gobernados siente hacia lo que el Hamlet de Shakespeare llamaba la “insolencia del cargo”, es decir, el “disgusto causado por la posición de superioridad de los que tienen la autoridad, incluso en virtud de los procedimientos democráticos más regulares”. Ortega y Gasset (2008: 185<sup>145</sup>) destaca como un distintivo del hombre-masa la renuencia a reconocer autoridades por encima de su voluntad que limiten sus deseos e impulsos. Un tipo de persona “mimada” que “llega a creer efectivamente que solo él existe, y se acostumbra a no contar con los demás, sobre todo a no contar con nadie superior a él”. Aversión a la autoridad, en suma, que Hermet (2001) vincula a la doctrina luterana del sacerdocio de todos los creyentes, que “ha cultivado este antagonismo” que está en la base de los populismos latinoamericanos y de la derecha extrema europea: si este “tipo de hostilidad hacia los que ejercen el poder no constituye por sí sola una causa suficiente

---

<sup>144</sup> Citado, al igual que Herzl, por Hermet (2001).

<sup>145</sup> La primera edición es de 1930.

de los ataques del populismo, sigue siendo su condición necesaria y constantemente subyacente”.

Para comprender mejor este rechazo al Estado y a los gobernantes, es imprescindible detenerse en la noción de “sociedad civil”, en su construcción y usos ideológicos. El concepto, dice Thompson (1998: 164), aparece en textos jurídicos y de teoría política de los siglos XVIII y XIX. Los pensadores modernos la definen de distintas maneras pero comparten el construirla en oposición al Estado<sup>146</sup>. Habermas (2004) también ubica en el siglo XVIII el proceso de reconfiguración de la autoridad pública en un articulado sistema estatal, paralelo al cual emergió la “sociedad civil” como dominio de las relaciones económicas privadas (permitidas por esa autoridad pública) y de las relaciones personales. La idea de “sociedad civil”, añade Peña (2010: 196-200), se revitalizó al calor de los movimientos cívicos e intelectuales en Europa del Este en el periodo que llevó a la caída del Muro de Berlín. Expresaba la oposición “de los impulsos e iniciativas de la sociedad que reclamaba la vigencia de sus derechos y la autonomía de los ciudadanos, frente a las instituciones y la burocracia del Estado autoritario socialista”. Pero luego se ha recurrido al mismo concepto en las democracias asentadas de Occidente “como herramienta crítica para revelar sus carencias”. A su vez, desde perspectivas de izquierda, se invoca el término contra la crisis del Estado del bienestar. De modo que “mientras unos reivindican la iniciativa social frente a la hipertrofia de la acción estatal y critican la invasión del Estado en la esfera social”, otros apelan, por el contrario, al impulso participativo de los ciudadanos en el Estado para superar su pasividad. En cualquier caso, es una voz “revestida de connotaciones positivas (autonomía, diversidad, naturalidad), frente al Estado, que es contemplado como un pesado aparato de poder que solo puede justificarse mientras respete a la sociedad civil y coopere con ella”.

Lo primero que es evidente, entonces, es que bajo los debates conceptuales sobre la sociedad civil subyace una discusión sobre el papel, la ordenación y los límites del Estado, sobre la definición de los ámbitos público y privado. Es en el liberalismo, dice Peña (2010: 196-200), donde adquiere mayor relevancia su pretendida autonomía frente a la autoridad política. La sociedad civil como un estado de naturaleza que se contrapone y precede al gobierno. Frente al temor por el “despotismo democrático” (“tanto más

---

<sup>146</sup> Su uso actual, argumenta Thompson (1998: 164), es heredero de la filosofía del derecho de Hegel: la sociedad civil es “una esfera de individuos privados, organizaciones y clases reguladas por la ley civil y formalmente distintas de las del Estado”.

peligroso cuanto más legitimado esté por la voluntad popular”), los liberales plantean “una sociedad civil autoorganizada e independiente”, pues “la economía autorregulada y la opinión pública son dos vías por medio de las que la sociedad puede llegar a cierta unidad o coordinación fuera de la estructura política”, de modo que la autoridad es necesaria solo “para proteger a la sociedad civil (...) su acción ha de limitarse a lo necesario para posibilitar el desarrollo de las iniciativas propias de la sociedad”. Este uso del término implica negarle al Estado-nación un rol directivo u orientador de la vida nacional, limitarlo a mínimos y separarlo radicalmente de la sociedad civil que, a la vez, se despolitiza<sup>147</sup>. La relación entre esto y el rechazo de los gobernantes es evidente. Según Rosanvallon (2007: 38-39) “el problema contemporáneo” es “una suerte de contrapolítica<sup>148</sup> fundada sobre el control, la oposición, la disminución de poderes que ya no se busca prioritariamente conquistar” y cuya principal repercusión es que “llevan al aumento de la distancia entre la sociedad civil y las instituciones”. Distancia traducible en oposición: “durante la primera mitad del siglo pasado”, apunta Innerarity (2015: 218), “las actividades de la sociedad civil tenían lugar en el ámbito en torno a las instituciones políticas, mientras que actualmente se distancian de los lugares del poder”. Un exceso de la necesaria desconfianza democrática que ha construido una “distancia antipolítica” de la sociedad civil respecto del Estado, que confiere a todas sus movilizaciones un “carácter puntual y negativo” (orientadas a impedir algo).

Detrás de esta construcción del concepto de sociedad civil<sup>149</sup> subyace el temor hacia el Estado como amenaza a la libertad; un temor no exclusivo del liberalismo. Por ejemplo Alcántara (2012) relaciona la “antipolítica” con el rechazo anarquista del profesional del poder (heredero del antiguo resentimiento contra el poder de los movimientos milenaristas), y con una extendida valoración negativa de la ambición de poder. Un poder que se repudia y se teme. Según González (2009), la antropología optimista del anarquismo (procedente del milenarismo judeocristiano, a pesar de que la razón secularizada llegara a ser su fundamento asumido), contrapone la bondad innata del hombre al carácter perverso de las instituciones; hace de la destrucción del Estado (y de

---

<sup>147</sup> “Sociedad civil” ha venido a significar lo que se sitúa fuera del universo político (Hermet, 2008: 112).

<sup>148</sup> Término que (como se verá en el apartado cuarto de este capítulo en el que se desarrolla la teoría más amplia sobre la desconfianza pública de Rosanvallon), hace parte, junto a “contrademocracia”, “impolítica”, “antipolítica” y “populismo”, de un conjunto de significantes utilizados por el autor para referirse a fenómenos muy similares, diferenciados, si acaso, por su intensidad.

<sup>149</sup> Sobre el rol fundamental que para la vitalidad de la sociedad civil (y de la deliberación crítica), juegan los intelectuales, véase Goldfarb (1998).

la burocracia) su principal objetivo; y, como corolario de ello, repudia la acción política regulada o inserta en el ámbito estatal. Así, el anarquismo rechaza tanto la formación de partidos como la política, entendida como mecanismo de negociación, acuerdo e imposición. En esto coinciden con los liberales modernos quienes, explica Del Águila (2000: 42), trataron de escapar del poder: “porque para estos poder y libertad, poder y moral, poder y justicia, se excluyen, y el orden político no es más que un mal necesario para que los individuos aislados y egoístas no se devoren entre sí. Su aspiración última es el no poder”. Igual valoración hace Crick (2001): el “liberal apolítico” desprecia el ejercicio del poder y lo teme. Aprecia las conquistas de la política, pero le desagradan sus formas. Cree que si los hombres fueran honestos, la política, su organización institucionalizada, sería innecesaria. Por eso querría apartar a los partidos de la política: a su juicio el parlamentario debería ser libre para decidir como individuo<sup>150</sup> (2001: 144-146). Algo similar también al “conservador no político” (2001:126-127), que aprecia del gobierno que dé orden, pero preferiría que los asuntos públicos se arreglaran en privado. La propiedad privada debe quedar al margen de la política. Igual que la tradición.

Ese recelo frente al poder público se manifiesta, también, en el irrespeto a la ley. Vargas Llosa (2012: 83-84, 148) describe como característico de la “civilización del espectáculo”, el desapego a la ley causado por la aversión a la autoridad: “el desapego presupone que las leyes son obra de un poder que no tiene otra razón de ser que servirse a sí mismo, es decir, a quienes lo encarnan y administran, y que, por lo tanto, las leyes, reglamentos y disposiciones que emanan de él, están lastrados de egoísmo e intereses particulares, lo que exonera moralmente al ciudadano común y corriente de su cumplimiento”. El incumplimiento de la ley devine en virtud ciudadana: Mayo del 68 “dio legitimidad y *glamour* a la idea de que toda autoridad es sospechosa, perniciosa y deletznable y que el ideal libertario más noble es desconocerla, negarla y destruirla”. La consecuencia de esa ola de rebeldía en Occidente fue paradójica: “el poder no se vio afectado en lo más mínimo (...) pero la autoridad (...) no volvió a levantar cabeza”. Lo mismo advierte Innerarity (2002: 17): “las potencias vinculadas al poder y a la tecnología prevalecen y modifican el papel de la política. Si bien ello libera a las sociedades más desarrolladas de la pesadilla de tentaciones autoritarias y planificadoras del cambio, las

---

<sup>150</sup> El “liberal apolítico”, dice Crick (2001), ha hecho del individualismo un dogma que le provoca recelo ante opiniones fundadas en intereses o ideales de grupos (cuya existencia se niega a aceptar).

deja también relativamente indefensas ante esas fuerzas que conjugan dinero, mercado global y tecnología”.

Socavada la legitimidad del Estado como autoridad, no es difícil retratarlo (según sean los distintos énfasis) como un opresor que restringe las libertades, sofoca el emprendimiento u obstaculiza el libre mercado. Por ejemplo, Schedler (1996: 297-301) describe que los líderes antipolítica quieren parecer apolíticos contra el *establishment*<sup>151</sup>. A pesar de la disimilitud drástica de contextos, su retórica es muy similar a la de los movimientos de resistencia a las dictaduras: su narrativa de “decadencia democrática” no apunta déficits democráticos, sino que redefine las democracias existentes como autoritarismo. Por eso usan metáforas violentas de explotación y represión tomadas de contextos autoritarios y totalitarios. Se representan como víctimas de agresiones similares (por parte de la clase política) a las que sufren los ciudadanos normales. Son “mártires y perseguidos (...) su lacrimoso discurso de sufrimiento está al servicio de sus intereses”. También hay versiones “*light*”. Depende del clima de opinión imperante. En todo caso, nunca profesan la violencia armada. Procuran dejar claro que no simpatizan con fuerzas antidemocráticas, y que se oponen a la clase política pero no al sistema democrático. No se apartan de la legalidad. Saben que si pasan esa línea fracasan. Los discursos antidemocráticos han perdido su atractivo, en algunos sitios son ilegales y por eso es racional que escondan sus preferencias.

Las versiones menos extremas inciden en lo ineficaz y costoso que le resulta el Estado a la sociedad, sin que el Estado, por su parte, pueda quitar razón a esa percepción. Dice Innerarity (2015) que la “razón por la cual el Estado, que surgió como un elemento dinamizador de las sociedades modernas, aparece hoy como una figura de la ralentización social” y la burocracia como “un paradigma de ineptitud, ineficacia e inflexibilidad”, está relacionada con una “asincronía” entre los tiempos de la política y los de los procesos sociales cada vez más acelerados (aspecto en el que se profundizará en el apartado 2 de este capítulo) (2015: 104). El “Leviatán (...) está más desconcertado que nunca, frente a un sistema económico que parece ingobernable, ante desafíos que exceden su ámbito de eficacia y legitimidad”. Su poder “ha sido muchas veces excesivo, arbitrario e incluso despótico, pero ahora se estrena en una situación de debilidad y desconcierto a la que no

---

<sup>151</sup> Para eso, explica el autor, despliegan un estilo agresivo, intransigente y confrontacional, con un encuadre de lucha o guerra. Usan “la cruda dureza del lenguaje popular, el insulto, la ridiculización y la ruptura de las normas de cortesía”, además de invocar virtudes pre-políticas como el coraje y la fuerza.



estaba acostumbrado”. Recibe una doble presión. Mientras los desafíos le exigen reacciones rápidas y coordinadas nacional e internacionalmente para ser realmente efectivo, al mismo tiempo la ciudadanía le reclama procedimientos más abiertos y democráticos en la construcción de las decisiones políticas. Y todo ello ocurre en un momento en el que esa ciudadanía (que dirige al poder exigencias difíciles de conciliar cuando no contradictorias) dispone, como nunca antes, de conocimientos y tecnologías para controlar y vigilar al poder (2015: 159-160).

En relación con esto último, la vigilancia y el control ciudadanos, el reclamo más extendido hacia el Estado y los gobernantes, es el que le acusa de opacidad, elemento esencial del popular discurso de la transparencia. Porque el poder de los gobernantes no solo es repudiado y temido, también se desconfía de él. Una vigilancia recelosa que no compensa la debilidad que produce en el poder político con una mayor confianza pública en este. Innerarity (2015: 270-271), citando a Anthony Giddens, dice que “los viejos mecanismos del poder no funcionan en una sociedad en la que los ciudadanos viven en el mismo entorno informativo que aquellos que los gobiernan”: los nuevos actores vigilan, denuncian y desestabilizan la capacidad del poder para imponerse. Y sin embargo, como apunta Hubard (2014), el aumento de la desconfianza pareciera ir de la mano con la exposición de un poder más transparente. Cuando las faltas quedan en evidencia, en lugar de congratularse con un sistema político que permite su exhibición pública, la ciudadanía alimenta su desconfianza y extrapola lo sabido a lo que ignora “pero seguramente es igual”. Castells (2009), al analizar la “política del escándalo” (con una preponderancia superior a la de cualquier otro momento histórico) señala su impacto: la mayoría de ciudadanos de todo el mundo desconfía de sus gobiernos. La confianza pública en el gobierno y las instituciones políticas “ha disminuido sustancialmente en las tres últimas décadas” porque “la percepción de la corrupción es el principal predictor de la desconfianza política”, a la vez que “la confianza en el gobierno se ha convertido en un importante e independiente predictor de apoyo a las políticas del gobierno”, a las instituciones y hasta al sistema político mismo (2009: 327, 376-377).

Gutiérrez-Rubí (2011) tiene una visión más optimista. Celebra que “la política ya no podrá encerrarse en ninguna habitación con la excusa de proteger el interés público. La convicción de que nada público se pueda (o se deba) defender desde lo anónimo, oculto o secreto, ha eclosionado en nuestras mentes” (2011: 28). En cambio Innerarity (2015) cuestiona la popularidad actual del concepto de transparencia, el “trasfondo

antipolítica” con que es exigida, bajo la presuposición de que “el problema de la política consiste en que los políticos esconden algo cuya desocultación resolvería nuestros problemas” (2015: 229). Es la “sociedad de la observación”, uno de cuyos efectos es que lleva a los políticos a “sobreproteger sus acciones y discursos (...) encorsetar su comunicación”. Lo grave de ello es que “la democracia está hoy más empobrecida por los discursos que no dicen nada que por el ocultamiento de información” y que el desafecto ciudadano no responde principalmente a que los políticos falten a la verdad sino “a que no digan nada y sean tan previsibles”. Aunque no sea políticamente correcto decirlo, son indudables los “beneficios diplomáticos de la intransparencia”, cuya legitimidad democrática estriba en la delegación y posterior rendición de cuentas, no en la exposición inmediata. La política requiere espacios de negociación y reflexión incompatibles con la transmisión en directo. La “distinción entre escenarios y bastidores sigue siendo fundamental para la política”, pues la transparencia total tiene un efecto paralizante: “suele provocar que los actores radicalicen sus posiciones y no convierte en absoluto la política en un lugar de sinceridad”. Peor aún, esa exigencia de transparencia por parte de los medios y la ciudadanía, al crear la ilusión de que la visibilidad conquistada es sinónimo de transparencia, oculta en una oscuridad más densa lo sustantivo de los procesos políticos, pues “siempre habrá un segundo espacio donde puedan cocinarse los acuerdos” (2015: 270-273).

De modo que el saldo son unos gobernantes más expuestos, menos asertivos y menos dialógicos, a la par de una política no necesariamente más transparente pero sí un poder político más debilitado. Como constata Naím (2013: 121, 124-127), “en todas partes las bases del poder político se están debilitando (...) cada vez es más frecuente que una mayoría de votos no garantice la capacidad para impulsar un programa de gobierno o tomar decisiones fundamentales. Ahora una multitud de micropoderes pueden vetarlas, retrasarlas o diluir su impacto”. Los políticos que ganan elecciones “descubren rápidamente las enormes limitaciones que tienen para convertir los votos en poder para tomar decisiones”<sup>152</sup>. La “imagen de Gulliver atado al suelo por miles de minúsculos liliputienses capta bien la situación de los gobiernos en estos tiempos: gigantes paralizados por una multitud de micropoderes”. Todo ello configura una situación en la que “la obstrucción sistemática, la paralización o la demora en la toma de decisiones y la

---

<sup>152</sup> Naím (2013: 137) dice que “el hecho de que las elecciones sean más frecuentes no es más que una de las manifestaciones de la proliferación de los límites que restringen el margen de actuación de los líderes políticos. Otra es el asombroso declive de la mayoría electoral. Hoy en día las minorías mandan”.

tendencia a adoptar políticas públicas que reflejan el mínimo común denominador que hace posible el apoyo de todos los interesados, pero que diluye o anula el impacto de esa política, son realidades cada vez más comunes en todo el mundo. Esto está erosionando gravemente la calidad de las políticas públicas y la capacidad de los gobiernos para satisfacer las expectativas de los votantes”.

Tampoco pareciera haberse conseguido más democracia. Innerarity (2015) advierte que “no estamos en una lógica de equilibrio democrático sino de antipolítica. Lo que hay son autoridades alternativas, que no pretenden equilibrar al poder oficial sino neutralizarlo” (2015: 207). La democracia, el régimen de libertades, los frenos al poder y los espacios para la expresión de reivindicaciones diversas (e incluso contradictorias) funcionan, “lo que no va tan bien” es “la capacidad de convertir esa amalgama plural de fuerzas en proyectos y transformaciones políticas, dar cauce y coherencia política a esas expresiones”, lo que acaba por configurar una “democracia sin política” (2015: 215-216). Otra lectura, más aguda, sugiere que el poder no es hoy menor, sino que ya no gravita en torno al Estado. Warren (2010: 23) dice que “la política se encuentra, hoy por hoy, desbordada desde el punto de vista institucional. La política está menos centrada en el Estado de lo que ha estado en un pasado reciente; por una parte, se ha ido desplazando cada vez más hacia la sociedad civil y hacia la economía, y, por otro lado, hacia relaciones globalizadas”, donde no siempre media la aprobación consciente que reconoce a una autoridad para obedecerla. Pero “las intenciones no son menos políticas cuando los participantes las pretenden”, no mediante la autoridad pública, sino “bajo la dominación” (Warren, 2010: 27) (punto en el que se profundizará, con diversos enfoques, en los siguientes apartados de este capítulo).

## 2. LA DESCALIFICACIÓN DE LA ACCIÓN POLÍTICA:

El objeto de la crítica y el rechazo puede ser, también, la política en sí misma. Innerarity (2015: 222) advierte que “en los extremos ideológicos hay un desprecio de la política”, no una crítica “hacia un modo concreto de hacer política sino una impugnación total de la política, el deseo profundo de que no haya política o, como mucho, que sea irrelevante”. Igual Galli (2013: 9), que aprecia en las democracias consolidadas “un desafecto”, una “indiferencia cotidiana” hacia la política, una paradójica “aceptación pasiva y acrítica”, acompañada del “rechazo implícito de sus presupuestos más complejos

y comprometedores”: “el tipo de hombre que vive hoy en día en las democracias reales tiene hacia la política una actitud que hace cada vez más difícil la democracia: una repulsa rabiosa o resignada, generada por el desconcierto de una muerte que no se puede anunciar”. A continuación se revisarán las diferentes dimensiones de esa “repulsa”, tanto en nombre de la ideología, la utopía, la fe o la moral, como en nombre de una supuesta técnica o pragmatismo no ideológicos.

Según Crick (2001), la antipolítica es una actitud de rechazo, odio y menosprecio, que considera que la actividad política es esencialmente corrupta. La negociación (que la caracteriza) entre distintos valores, intereses contrapuestos y opiniones encontradas, es un obstáculo para las causas justas y un insulto al idealismo personal; un lastre a la eficacia de los grandes proyectos por propender a los acuerdos intermedios en desmedro de los diseños globales. En palabras de Urcuyo (1996b), la nostalgia por los irreconciliables enfrentamientos ideológicos facilita la decepción ante la pedestre negociación y tendencia a converger que signa la política actual. Lo que provoca, sigue Crick (2001: 187), que gentes con distintos perfiles ideológicos estén insatisfechas, no con un orden político concreto, sino con la propia actividad política. El “socialista antipolítico”, por ejemplo, se impacienta por la lentitud de los canales políticos. Sucumbe a la sospecha marxista: la política es un fraude burgués para retrasar el avance hacia la igualdad. Si le toca ser oposición y ese rol se prolonga, podría acariciar la idea de la revolución y estar presto a sacrificarse por sus principios, o simplemente puede que se aleje de toda participación política y se abandone al pensamiento teórico. Nace entonces, lo que Crick llama el “ideólogo”, para el cual ningún partido pasa de ser una maquinaria electoral, insuficientemente unificada<sup>153</sup>.

Esto que ocurre con la ideología, pasa también con el idealismo y la utopía. A propósito del análisis del pensamiento puritano de Owen y Godwin, Claeys (1989: 195-199) establece los orígenes de la política radical y del “socialismo antipolítica”, en estos “santos” calvinistas, precursores de jacobinos y bolcheviques<sup>154</sup>. Repudio al mundo

---

<sup>153</sup> Esto se relaciona con el desprecio de la política por parte de los intelectuales. Para Crick (2001: 187) es común que los intelectuales no estén dispuestos “a dedicar su tiempo a la política porque en ella no caben los temas estéticos”. Alcántara (2012: 147, 158) dice que entre los intelectuales suele compartirse la idea de que ingresar a la política es incompatible con el trabajo intelectual, implica perder la independencia y malgastar el tiempo. Y Arendt (1997: 80-84) reconstruye el nacimiento de la academia a partir del desprecio y la indiferencia hacia la *polis*, en tanto espacio en el que el diálogo de “los muchos malos”, a diferencia del de “los pocos mejores”, no conduce a la verdad. Para un análisis específico de la alianza intelectuales/periodistas en contra de los políticos, véase Uriarte 1998.

<sup>154</sup> En el mismo sentido, véanse Cohn (2015), Delhom y Attala (2014), y Walzer (2008).

político y a las votaciones como forma de zanjar los debates, por considerarlo un insulto a la razón y a la justicia (los cuáqueros y grupos bautistas querían que los asuntos se decidieran por unanimidad). En el fondo, una radical concepción de la perfectibilidad humana y de la razón, en virtud de la cual la política debería dar paso a la mera administración. Un sentimiento de traición hacia la clase media (que en principio también integraba las *political unions*) hizo que la *Grand National Consolidated Trade* (inspirada en el pensamiento de Owen) se reafirmara en la necesidad de integrarse, solamente, con personas de la clase trabajadora y que asumieran una estrategia explícitamente antipolítica. El debate político fue excluido de sus procedimientos. La política “gusano del corazón”, no tendría sitio en sus reuniones. Incluso, a nivel léxico, procedieron a eliminar términos políticos (como convención) de su lenguaje, por no tener cabida lo político en un sistema que era “estrictamente social”.

La aversión de este idealismo radical hacia la política es algo para cuya comprensión se requiere ahondar en un componente de la política destacado por varios autores: la medida. Incluso hoy se constata un rechazo hacia la moderación con que la política suele embridar los idealismos y sus pasiones. Por ejemplo, Gutiérrez-Rubí (2011: 130) aprecia en los crecientes movimientos en redes sociales en Internet “el desprecio hacia lo políticamente correcto”. Pero ello, más que una degradación, pareciera una señal de identidad de la política. Para Weber (2007: 126) “la fuerte doma del alma que caracteriza al político apasionado y que lo distingue del mero aficionado (...) solo es posible habituándose al distanciamiento” (sobre todo emotivo), y para Todorov (2012: 13), es la “desmesura”, “la voluntad ebria de sí misma”, la raíz de todos los “enemigos íntimos de la democracia”. Así, si el principio pueblo, el principio libertad o el principio progreso, es sobredimensionado al punto de perder su equilibrio con los demás, se sucumbe al populismo, al ultraliberalismo o al mesianismo. Por eso para Del Águila (2008: 174-182), el rechazo hacia la política y su dinámica de pluralidad, limitación del poder, negociación, conciliación de intereses antagónicos y debate público, obedece, en buena medida, a verdades, ideales y “constelaciones ideológicas”, creídas, formuladas y defendidas, sin “medida política”, lo que provoca que sus entramados conceptuales caigan en “la mística de lo Uno” que los absorbe en su “agujero negro” de totalizante perspectiva única. La medida política, que pondera los resultados de las acciones con los principios teóricos y éticos enarbolados crítica y no dogmáticamente, que asume el antagonismo

social y que no aspira a suprimir el conflicto sino a canalizarlo mediante cauces institucionales, es lo que rechazan aquellos que desprecian la política.

Queda claro, entonces, que un elemento esencial de la política que provoca su rechazo es la negociación. Hay una renuencia a aceptar que, como dice Innerarity: “todas las decisiones políticas, salvo que uno viva en el delirio de la omnipotencia (...) implican (...) una cierta forma de claudicación” (2015: 156). El compromiso político requiere “la capacidad de dar por bueno lo que no satisface completamente las propias aspiraciones”. Requiere “respetar los propios límites” y aprender a gestionar la frustración (2015: 157). Porque en política “nadie consigue lo que quiere, lo cual es, por cierto, una de las grandes conquistas de la democracia” (2015: 204). Y sin embargo, advierte Crick (2001), hay quienes prefieren perder el poder o la posibilidad de alcanzar acuerdos socialmente beneficiosos, antes que transgredir unos principios ideológicos, unos valores morales o unos dogmas religiosos. Lo que remite a la clásica distinción entre la ética de la convicción y la de la responsabilidad. Weber (2007) dice que la singularidad de los problemas éticos de la política obedece al medio específico con el que opera, la violencia legítima y al “hecho fundamental de toda la historia” de que el resultado final de la acción política frecuentemente presenta una “falta absoluta de correspondencia con su sentido originario” (2007: 128). Consiguientemente, establece una diferencia fundamental entre la ética de la convicciones (dictada por principios y sin consideración de las consecuencias de los actos) y la ética de la responsabilidad (que sin carecer de principios, asume y se orienta según las consecuencias y objetivos finales), imprescindible en política. Eso, por ejemplo, inhabilita a los cristianos para asumir cargos políticos, no solo por lo innegociable de su fe, sino por el rechazo evangélico de la violencia: “los cristianos primitivos sabían muy exactamente que el mundo estaba regido por los demonios y que quien se mete en política, es decir, quien se mete con el poder y la violencia como medios, firma un pacto con los poderes diabólicos y que para sus acciones no es verdad que del bien solo salga el bien y del mal solo el mal, sino que con frecuencia ocurre todo lo contrario. Quien no vea esto es, en realidad, un niño desde el punto de vista político” (2007: 140)<sup>155</sup>.

Para Weber el comportamiento guiado por la responsabilidad es el único compatible con el pluralismo de los valores (la ética de las convicciones, en cambio,

---

<sup>155</sup> Mismo criterio comparte Arendt (1997: 85-88), que desarrolla el “consciente y radical carácter antipolítico del cristianismo” y su transformación posterior por obra de San Agustín.

alienta un comportamiento político radical, no dispuesto a la negociación política y sus concesiones) y con la realidad de un mundo hostil<sup>156</sup>. Esto último es algo que, por experiencia, las personas suelen pensar pero no reconocer. Del Águila (2000) dice que aunque la política (especialmente la razón de Estado) está en la conciencia de las personas vinculada al mal, se la conserva porque también está vinculada al bien (principalmente a un bien: la seguridad). Protege las esferas donde las ideas de justicia pueden florecer y “al hacerlo, a veces transgrede la moral, la ética o la justicia con el objetivo paradójico de generar el poder político necesario para generarlas”. Una tensión resultante de “los límites de nuestra forma de vida”; complejidad que, según el autor, procuran evadir, de forma hipócrita, intelectuales y periodistas, lo que explica que estén socialmente mejor valorados que los políticos (2000: 11-14). Así, estos generadores de opinión han promovido un tipo de ciudadano: el “ciudadano impecable”<sup>157</sup>, para el que justicia y bien común, moral y seguridad, son posibles siempre al mismo tiempo, de modo que nunca está justificada la transgresión de ningún principio para posibilitar el cumplimiento de los demás.

Regresando al tema de la pluralidad de los valores, se colige, entonces, que despreciar las consideraciones políticas es despreciar la pluralidad de intereses y objetivos que deben ser reconciliados. Es, dice Crick (2001, 151-153), no creer en la acción política que “implica transigir”. Es el caso de la “antipolítica estudiantil”, por ejemplo. La política reducida a la búsqueda de causas en las que matricularse para conquistar grandes utopías, al tiempo que se evita el trabajo político real y las limitadas mejoras que podrían lograrse con una victoria electoral. Esta pseudopolítica testimonial “de los grandes temas”, únicos dignos de atención, enamora a jóvenes que se entienden obligados a declarar sus principios y posición sobre todos los acontecimientos, sobre la creencia de que, por su edad, tienen algún derecho especial a ser escuchados, por tener una especie de “pureza rousseauiana” en medio del artificio y corrupción del mundo adulto. Y en honor de esa pureza, tratarán cada tema que surge como si fuera “una cuestión de principio”, “por encima de cualquier acuerdo político”. Pero el autor lo advierte: “el hombre que aborda cualquier problema como una cuestión de principio no puede sentirse a gusto en política. El hombre que dice (...) jamás renunciaré a ‘a’ o ‘b’ actúa antipolíticamente (...) el que

---

<sup>156</sup> Pradera (2014: 115) dice que esta visión se fundamenta en un “pesimismo antropológico” convencido de que “los buenos comportamientos no podrán sino fracasar en un mundo poblado por malvados”.

<sup>157</sup> Sobre el que se abundará en el apartado 4 de este capítulo.

afirma ‘jamás cederemos en nuestros ideales’ se condena a la frustración o aspira al autoritarismo”.

Esa relación entre rechazo a la política e indisposición a transigir, aconseja recuperar la categoría orteguiana de “acción directa”. Ortega y Gasset, tanto en su análisis del proceso de desintegración de la nación española (2014<sup>158</sup>), como en el de lo que llamó “rebelión de las masas” (2008), se planteó el problema del extendido desprecio de la política, rechazando, de entrada, que los vicios de esta fueran la causa real de ese menosprecio<sup>159</sup>. La causa la encontró, en cambio, en lo que llamó “particularismo” (el no tener en cuenta a los demás y dejar de ver la propia “parte” como “parte del todo”) y “acción directa” (el pretender imponer la propia voluntad sin pasarla por el tamiz de las voluntades de los otros grupos -a través de las instituciones-). Es la actitud que Del Águila (2000: 22) llamó “pensamiento implacable” (del “ciudadano impecable”): “todo me es debido y a cualquier precio”. De modo que para Ortega y Gasset la repugnancia hacia la política y los políticos obedece a que estos encarnan “el todo”: “Por esto se odia al político más que como gobernante como parlamentario. El Parlamento es el órgano de la convivencia nacional demostrativo de trato y acuerdo entre iguales (...) esto es lo que en el secreto de las conciencias gremiales y de clase produce hoy irritación y frenesí: tener que contar con los demás, a quienes en el fondo se desprecia o se odia. La única forma de actividad pública que al presente, por debajo de palabras convencionales, satisface a cada clase, es la imposición inmediata de su señera voluntad; en suma, la acción directa” (2014: 80-81). Corolario de lo anterior es que la acción pública quede reducida a “pronunciamientos”, afición de quien cree que todos piensan como él y que por eso basta con que se pronuncie, sin intentar persuadir a los demás. ¡Solo alguien “perverso” podría no asentir a su verdad! (2014: 84). Frente a ese primitivismo, la “política moderna y sus complicadas instituciones” son una refinada “obra del espíritu”, pero “las masas no quieren nada con ella y su modo de operar es la acción directa en que se suprime todo

---

<sup>158</sup> La primera edición es de 1922.

<sup>159</sup> “Pica, a la verdad, en la historia la unanimidad con que todas las clases españolas ostentan su repugnancia hacia los políticos. Diríase que los políticos son los únicos españoles que no cumplen con su deber ni gozan de las cualidades para su menester imprescindibles. Diríase que nuestra aristocracia, nuestra Universidad, nuestra industria, nuestro ejército, nuestra ingeniería, son gremios maravillosamente bien dotados que encuentran siempre anuladas sus virtudes y talentos por la intervención fatal de los políticos. Si esto fuera verdad, ¿cómo se explica que España, pueblo de tan perfectos electores, se obstine en no sustituir a esos perversos elegidos? Hay aquí una insinceridad, una hipocresía. Poco más o menos, ningún gremio nacional puede echar nada en cara a los demás. Allá se van unos y otros en ineptitud, falta de generosidad, incultura y ambiciones fantásticas. Los políticos actuales son fiel reflejo de los vicios étnicos de España, y aun -a juicio de las personas más reflexivas y clarividentes que conozco- son un punto menos malos que el resto de nuestra sociedad” (2014: 80).



rodeo y todo intermediario” (2008: 208). La tendencia en la Europa de los años treinta es, así, “acabar con las discusiones”. El hombre-masa, en la forma de “señorito satisfecho”, “prefiere la vida bajo la autoridad absoluta a un régimen de discusión” (2008: 204, 237).

Esta comprensión orteguiana del asunto es coherente con la conceptualización que hace Rosanvallon (2007: 38-39) de la “impolítica”, como una “falta de aprehensión global de los problemas ligados a la organización de un mundo común”, “una suerte de contrapolítica” cuya primera consecuencia es “disolver las expresiones de pertenencia a un mundo común”. Su naturaleza reactiva impide “estructurar y sostener una proposición colectiva”. El autor niega que ello signifique una era apática o despolitizada con ciudadanos pasivos. Por el contrario, en las democracias modernas se observa un creciente interés e involucramiento de las personas en asuntos públicos, pero en temas puntuales y a través de formas no permanentes de organización colectiva, que se constituyen con la misma rapidez que se disuelven. En palabras de Gutiérrez-Rubí (2011: 128-130), “mientras la fuerzas políticas tienen cada vez más dificultades para movilizar y ampliar sus bases militantes, estos movimientos ofrecen un enganche político más libre”, porque renuncian, a menudo de forma explícita, a proponer un proyecto político. Quienes se les unen “no quieren ser militantes, quieren ser activistas de causas y de temas específicos”.

El “poder está escapando de los partidos políticos grandes y tradicionales”, dice Naím (2013: 121), y está “fluyendo hacia otros más pequeños con nichos más focalizados y agendas muy específicas”. Pero, como advierte Innerarity (2002: 15), “la política consiste, fundamentalmente, en hacerse una idea del conjunto y compatibilizar en lo posible los elementos que están en juego”. En cambio ahora, dice en una obra posterior (Innerarity, 2015), la “ciudadanía huye de las formas clásicas de organización, lo que es compatible con crecientes modalidades de compromiso individual, un activismo que no está articulado en un marco ideológico que le proporcione coherencia y totalidad (...) el nuevo activismo es individualista, puntual, orientado hacia cuestiones que se refieren a los estilos de vida y crecientemente apolítico” (2015: 217). Lo que “hemos dejado de esperar de la política convencional creemos poder alcanzarlo a través de formas alternativas de la política, reactivando unas energías puras que, al parecer, estaban intactas en la esfera de la sociedad despolitizada, llámese esta sociedad civil, ciudadanía activa, movimientos sociales” (2015: 210). Otro fenómeno es el de la creciente influencia sobre los partidos de grupos que, en sus márgenes, plantean sus luchas de forma despolitizada.

Son los “guardianes de las esencias” que ejercen “un marcaje” sobre sus correligionarios más moderados para que no cedan ni negocien principios. Con una “gran densidad emocional” defienden valores que perciben continuamente amenazados (la familia, la propiedad privada, el Estado del bienestar, la libertad de comercio, la identidad nacional). Se trata de “los movimientos de un solo tema”, a los que, por preocuparles mucho una sola cosa, tienden a verla sin considerar su viabilidad y desconectada de las demás (sin “horizonte de composibilidad”) (2015: 206).

La crítica y el rechazo hacia la política pueden provenir también (se señalaba al principio de este apartado), de una supuesta técnica o pragmatismo que se pretenden no ideológicos. Junto a “mercado”, “sociedad civil” (sobre la que se profundizó en el apartado 1), es el concepto clave. Según Peña (2010: 197) a esta la utilizan “como un ariete para combatir, no ya los excesos del estatismo, sino la centralidad de la política en la vida social”. En realidad se trata de un proceso (paradójicamente político) que ideológicamente encuentra sus raíces en lo que Rosanvallon (2006) llama “capitalismo utópico”. En el siglo XVI aparece la idea de una organización de la sociedad en la que “el lazo entre los individuos es de naturaleza económica y ya no religiosa o política” (2006: 62). Pero es Adam Smith quien primero da forma a la creencia de que “la economía resuelve en sí misma, al menos en lo esencial, la cuestión de lo político y de la regulación de lo social” (2006: 64). Por eso para el autor, no solo Rousseau y Marx son “anti-Maquiavelo”, sino que Smith funda otra utopía, un “realismo imaginario”, “cuya visión de un mundo inmediato” suprime la política. Así, los siglos XIX y XX serán los de la lucha de “dos obcecaciones” construidas sobre unas supuestas “sociedad de mercado” y “sociedad-Estado”. De modo que en Smith, que “entendió a la sociedad civil como un mercado”, la idea de sociedad de mercado precede a la de economía de mercado (2006: 65).

A partir de entonces esta idea básica continuará desarrollándose de la mano con la comprensión de la economía: primero esta “se afirma como una actividad social autónoma (...) emancipada de la moral privada”; luego, ya erigida en ciencia, acaba “confundiéndose con la política” (2006: 124). Para Smith la economía es “la realización de la política”. De modo que el concepto “mercado”, en esta tradición de pensamiento, no debe ser reducido a simple mecanismo económico. Es un concepto que debe ser comprendido primero sociológica y políticamente (2006: 137). Sobre esa base, son varios los autores que empezarán a ver en la armonía del mundo económico el fundamento del

nuevo orden social. Thomas Paine es un ejemplo de este desarrollo de la filosofía política subyacente en la obra de Smith. Medular en ella es la distinción entre sociedad y gobierno, concibiendo a la primera como autoinstituida y autorregulada, producto de “nuestras necesidades”, y al gobierno, en cambio, resultado de “nuestras debilidades”. El gobierno o la política “no es más que una realidad secundaria o residual (...) la sociedad es en todos los casos una bendición, mientras que el gobierno, incluso en su mejor estado, no es más que un mal necesario”. Este esquema en el que la sociedad es vista como un mercado autosuficiente, implica la “extinción de la política” y el “deterioro del Estado” (2006: 138). Es una sociedad “inmediata a sí misma”, sin necesidad de mediaciones. La “mayor parte del orden (...) no es efecto del gobierno. Se origina en los principios de la sociedad y en la constitución natural del hombre (...) es la ley del interés recíproco la que gobierna por sí sola a la sociedad” (2006: 139). Al final, en “la representación liberal de la sociedad como mercado” se “espera que la economía realice la política” (2006: 163).

Lo que para Rosanvallon es pensamiento utópico, para Hermet (2001) es la realidad de nuestro tiempo. Argumenta que la hegemonía del neoliberalismo conllevó una alteración radical de la noción de política: convertir la política y la alta administración a la nueva economía política (la de la *public choice*), que preconiza la subordinación del Estado a los mecanismos del mercado, adoptando como modelo la gestión de las empresas privadas. El nuevo régimen, que ha sustituido la democracia, es “la gobernanza” (compatible, a nivel comunicativo, con el “neopopulismo liberal mediático”) (2001: 18-20). La palabra “gobernanza” ha ido adquiriendo distintos significados en distintos momentos y lugares de aplicación (desde un municipio británico hasta un país del tercer mundo) pero siempre con la constante de reemplazar la acción política por la gestión empresarial en la administración de los asuntos públicos. A mediados de los noventa se empezó a hablar de “gobernanza global”. Los Estados eran reducidos a un actor más a la par de los organismos internacionales (OMC, Banco Mundial, FMI, UNESCO, OMS) y los pueblos sustituidos por las “organizaciones de la sociedad civil” (2008: 185-192). Particularmente “el aparato burocrático europeo se caracterizaba por su lenguaje, a primera vista inspirado en una psicología publicitaria destinada a aniquilar la dimensión propiamente política de los asuntos públicos en beneficio de una dimensión tecnoliberal emparentada precisamente con la de la gobernanza”. El proceso se apuntaló con una revisión (y ajuste) del vocabulario a utilizar en la Unión Europea: “uno de cuyos objetivos parecía haber sido sustituir el principio de soberanía del pueblo por el del reconocimiento

de la sociedad civil como base legítima fundamental de un nuevo tipo de autoridad que dará lugar a la gobernanza (...) numerosos términos asociados a la democracia como gobierno, compromiso, pueblo soberano, representación, negociación colectiva, igualdad o delegación, se han reemplazado en esta línea por un léxico de inspiración económica: diálogo social, socios, modelo social europea, subsidiariedad, transparencia, flexibilidad, código ético, criterios de convergencia, eliminación de obstáculos o de obligaciones; también se han adoptado metáforas militares o deportivas que permiten a la vez beneficiarse de la eficacia de la expresión y de la inocencia de lo no dicho: movilizarse, rebotar, animar las sinergias, promover la excelencia, impactos, público objetivo” (2008: 192-193).

La característica principal de la gobernanza, describe Hermet (2008), “es que su objetivo primordial es romper la clásica jerarquía de la gestión de los asuntos públicos. Según dicha jerarquía, el Estado ocupaba la posición dominante en un eje vertical donde la sociedad y el mercado eran subordinados. La gobernanza (...) vuelca el eje y lo coloca en posición horizontal con la lógica de una concertación de igualdad entre agentes públicos de todos los tipos y actores privados igualmente diversos”. Aparte de esa reducción del poder político, la gobernanza se diseña con “la perspectiva de un cambio radical de la relación con la autoridad”. Su objetivo es “desengañar la política”, aunque “en el fondo contiene una propuesta ideológica que abre una alternativa a la democracia representativa”. Según este enfoque, la gobernanza es un “modo de dirección” de los asuntos públicos en el que “el Estado pierde su poder simbólico y la sacralidad que este conlleva”. En el mejor de los casos, los asuntos “públicos” ya solo serían asuntos colectivos, mientras que “deja de ser necesario el papel simbólico de un poder político que prevalece sobre los otros poderes”. De modo que se estaría ante “la instauración o bien de un sistema de mando que ya no constituirá realmente un régimen político, o de un método de optimización del tratamiento de las necesidades colectivas en sustitución del método asociado al régimen representativo de la democracia, tal como se ha desarrollado durante siglo y medio”. La gobernanza, entonces, significa reducción del papel del Estado a mero regulador de los operadores privados del mercado: “la ambición de los defensores más radicales de la gobernanza es sustraer a la política y a los políticos, vistos como ignorantes, demagogos e irresponsables, las decisiones serias, las que dependen supuestamente en primer lugar de la economía (...) acercarse a lo que los economistas elitistas han llamado el “óptimo de Pareto”, es decir, liberarse de la traba

democrática básica”: una “dirección de los asuntos colectivos que ya no apela al interés general (ya solo hay intereses particulares, individuales, colectivos o comunitarios)” (2008: 194-198).

Aunque la gobernanza parezca contradictoria con el populismo y con la democracia participativa, Hermet (2008) describe, en el nuevo régimen posdemocrático, la complementariedad de los dos primeros y la común invocación de la tercera: “en apariencia, la gobernanza se sitúa en las antípodas del populismo declarado, pues constituye un método de gestión de los asuntos públicos cuyo carácter opaco y elitista obedece a un principio antipolítico que ordena no invitar al pueblo, que es ignorante y voluble, a manifestar su punto de vista sobre estos temas”. Sin embargo, gobernanza y populismo “se cruzan en una intersección que es la democracia participativa, tan ensalzada en la actualidad”. No sorprende que el discurso populista “exalte el ideal de una democracia participativa -de aclamación en general- en absoluto exclusiva de su encarnación en un líder más o menos carismático, incluso cuando una participación supuestamente abierta a todos y cierto culto a la personalidad deberían por lógica entrar en colisión. Aunque ¿cómo impediría el salvador que el pueblo alzara la voz?” Pero “asociar gobernanza y democracia participativa sí que puede sorprender, puesto que es de esperar todo lo contrario. Pero en realidad no es así, porque la expresión cada vez más degradada de gobernanza democrática designa precisamente la unión extraña y desapareja de la gobernanza y de una pretendida participación democrática de carácter populista”. La intención, tanto en el liderazgo populista como en el de la gobernanza, es otra: “la ambición del discurso populista no es promover una participación popular, que resulta demasiado incontrolable, sino una democracia de aclamación”. Por su parte “los actores de la gobernanza, se abstienen de explicar hasta qué punto la participación que teóricamente le proporciona el carácter democrático a ésta no es de ningún modo la del pueblo, el electorado, la masa de la población o simplemente la sociedad en su acepción clásica. Es la de la “sociedad civil” tal como ellos la conciben, aunque eviten definirla en un lenguaje claro”: “una entidad cerrada, formada por ciertas ONG y por entidades e intereses de todas las naturalezas seleccionados mediante procedimientos ocultos y de los cuales el “pueblo” no conoce más que una pequeña cantidad de dirigentes asociativos, profesionales o institucionales permanentes” (2008: 204-205).

Lo que Hermet denuncia, Colomer (2015) lo confirma: “el gobierno de los expertos ya existe”, tanto en los estados nacionales como en las organizaciones

internacionales “a pesar de, o en paralelo a sus legitimidades democráticas” (2015: 183). Pero lo considera positivo<sup>160</sup>: “los gobiernos con mejor desempeño son aquellos que, gracias a acuerdos multipartidistas generales y una política de consenso”, se alternan en el poder sin que ello implique cambios significativos en la orientación política del Estado (2015: 136), pues las políticas públicas en lugar de estar sujetas a las preferencias electorales o al debate interpartidario, dependen de criterios técnicos de expertos no partidistas a cargo de su diseño, en un momento histórico en el que el consenso sobre estas ha aumentado. Como consecuencia, “muchos parlamentos ya no legislan (...) ratifican los decretos gubernamentales que reflejan las directivas internacionales” (2015: 151). El éxito de esas ideas obedece a que emplean “mucho método científico”: “este modo de diseñar políticas públicas contrasta con los patrones típicos de la confrontación entre partidos (...) y las alternancias en el gobierno en los sistemas políticos basados en el estado. En lugar de intentar persuadir al público para que vote por una alternativa política, el método científico requiere la posibilidad de experimentación abierta” (2015: 204-205). Menos optimista, Mair (2013: 13) lo vincula con la banalización de la democracia, reflejada en “la cesión de competencias cada vez mayores” a instituciones “deliberadamente despolitizadas”. Por cierto que es notable el parecido de familia entre esto que para Colomer es modélico y la descripción que hace Abellán (2011: 53) de la antigua aspiración de Platón de un rey filósofo o un gobierno de la razón, cuya consecuencia ineludible es una “negación de la política”, de su autonomía como espacio diferenciado del quehacer humano.

Lo anterior lleva a Colomer (2015), incluso, a plantearse una cuestión que toca un elemento básico de las democracias representativas: “si la formación de políticas tiende a ser cada vez más previsible y (...) han quedado ampliamente descartados grandes cambios en las principales cuestiones económicas y sociales, cabe preguntarse por qué debería seguir siendo deseable una alta competencia entre partidos” (2015: 141). En ese mismo sentido, pone como ejemplo exitoso los gobiernos italianos posteriores a Berlusconi (sobre todo el del “no político” Monti), comparados con la “partidocracia” dirigida por “la casta” (así bautizada por los periodistas italianos Sergio Rizzo y Gian

---

<sup>160</sup> También lo valora positivamente, hasta cierto punto, Innerarity (2015: 235). Aunque critica duramente la antipolítica tecnocrática, reconoce que para responder al “miedo demoscópico”, se han ideado procedimientos para trasladar, a veces de manera “furtiva”, ciertas responsabilidades y decisiones impopulares a ámbitos no sujetos al control popular o “fuera del alcance de la elección y supervisión democrática”; una especie de “corrección epistémica de la democracia procedimental para introducir de algún modo el saber experto en nuestras decisiones”.

Antonio Stella). Monti “formó un gobierno de expertos sin un solo miembro de ningún partido político (...) durante dieciocho meses, el gobierno italiano no hizo cumplir ninguna promesa electoral partidista, sino las políticas presupuestaria, tributaria, de pensiones y otras aprobadas en la cumbre de la Unión Europea de acuerdo con el Fondo Monetario Internacional” (2015: 146-148). También a nivel interno de los estados, hoy “muchos funcionarios con notable poder legislativo, ejecutivo y judicial son reclutados por procedimientos que no implican elecciones o afiliación a partidos”, como por ejemplo las administraciones públicas, los bancos centrales o los tribunales<sup>161</sup>. Pero ¿por qué los políticos han cedido ese poder? Para el autor (además del interés por neutralizar a instituciones rivales transfiriendo competencias a una autoridad ajena), la creciente complejidad de las sociedades, así como la dimensión global de muchos problemas, ha desbordado la capacidad de control y gestión tradicionales de los políticos, incentivándolos a delegar responsabilidades<sup>162</sup> (2015: 184-185).

Una característica prominente de este discurso tecnocrático es su reclamo de pragmatismo o neutralidad ideológica, empleado, también, para marcar distancia con los políticos. Innerarity (2015: 37) dice que “es muy antigua la idea de descalificar a otros como políticos y presentarse a sí mismo como no político, es decir, objetivo, desinteresado, suprapartidista”. Y Schedler (1996: 301) describe como típico de los líderes antipolítica, que se autopresentan más allá del eje izquierda-derecha. Aunque claramente asumen posiciones de uno u otro lado, vacilan a la hora de ubicarse en ese *continuum*, al que descartan como “anacrónico”. Es precisamente esa pretendida neutralidad ideológica de la antipolítica la que analizaron Weltman y Billig (2001: 368-371), no en partidos *anti-establishment*, sino en sus principales defensores<sup>163</sup>. Su discurso

---

<sup>161</sup> La confianza de Colomer en la tecnicidad apolítica de la gobernanza global y su valoración de la política como algo indeseable o corrosivo, son tales, que advierte (como una anormalidad), que “aunque la selección de los jueces de los tribunales internacionales responde a criterios de competencia e independencia, no ha escapado a ciertos grados de politiquería, ya que el proceso incluye típicamente negociaciones, campañas e intercambio de votos entre países”, lo que provoca que las selecciones estén “contaminadas” por los intereses y las ideologías (2015: 202).

<sup>162</sup> Otras cuestiones delegadas por los políticos en técnicos son las que tienen una solución técnica muy clara o poco debatida (pues no les resulta apetecible para polemizar con ella), así como también las que exigen ensayar soluciones muy riesgosas (pues prefieren no asumir esa responsabilidad incierta).

<sup>163</sup> Los partidos Laborista y Conservador en Reino Unido. Particularmente la “tercera vía” aspira a una síntesis “pan-política” de ideas, que se adapte a las nuevas circunstancias. Pretende sustituir el debate político por la “buena gobernanza”, lo que presupone que, como regla general, los problemas sociales y económicos deben ser abordados con un enfoque tecnocrático gerencialista que niega que, en sí mismo, constituya una particular opción política (2001: 379).

de consenso<sup>164</sup> y pragmatismo se basa en la tesis del fin de las ideologías: una ideología anti-ideologías que, en realidad, es anti-marxista y pro mercado libre, parte de una ideología más amplia del “sentido común”. Una “política sin adversarios” en la que “la política misma queda posicionada como adversario”, que pretende superar o estar más allá de todas las posiciones políticas particulares. Este estudio discursivo y psicológico se interesó por la forma en que estos políticos (a pesar de pertenecer a partidos que se definen dentro del *continuum* izquierda-derecha) definían su vocación y enfoques como no políticos y desideologizados. Algo similar a la negación del racismo en el discurso racista contemporáneo. El análisis cuestiona el “valor facial” de esas denegaciones y se interesa por la naturaleza y funciones de la denegación en sí misma: esas negaciones permiten (no impiden) opiniones racistas, habilitando su enunciación de forma socialmente apropiada.

Los entrevistados en el estudio de Weltman y Billig (2001) tomaban distancia de los términos izquierda y derecha (para auto-ubicarse ideológicamente usan distanciamientos retóricos), como parte de una narración histórica de progreso en la que esos términos quedaban vinculados a un pasado ya superado; afirmación esta de sentido común, que se evita justificar. Esos procesos de cambio histórico se presentan como si estuvieran sujetos a fuerzas naturales o irresistibles, independientes de la acción humana (2001: 373-375). Como cada entrevistado se vincula a sí mismo con esa posición de avanzada, como alguien que ya está más allá de la vieja división, las narraciones del cambio histórico devienen en narraciones de sí mismos. Pero entonces necesitan manejar “el dilema del cambio”: esa vinculación forzaría la autocrítica, al comparar el propio pasado ideológico con el propio presente no-ideológico y retrataría al “yo” como un producto de los tiempos, perdiendo consistencia moral y una base trans-histórica. Para gestionar (desactivar) el dilema, construyen relatos complejos de cambio social y estabilidad personal: “los otros se han movido hacia donde yo siempre he estado”; la historia de cambio social como justificación de sí mismos que, a la vez, permite subrayar inmutables valores personales. En síntesis, negar que se tiene ideología se ha convertido en sentido común (algo que hay que adoptar), pero para salvar la consistencia personal,

---

<sup>164</sup> Es necesario precisar que el término “consenso” aparece en este capítulo, en algunas ocasiones, en un sentido negativo. Es el caso de esta investigación de Weltman y Billig (en la que las políticas de consenso hacen alusión al pragmatismo pretendidamente desideologizado del discurso antipolítica); es el caso de las advertencias de Todorov sobre el cientificismo neoliberal; y es el caso del llamado por Mouffe “consenso centrista” (que entraña la evasión liberal de lo político). Pero el consenso en la tradición democrática no es incompatible con (sino que más bien es el resultado deseable de) la discusión plural y la búsqueda de acuerdos mediante la conciliación de los distintos intereses y sensibilidades.



los entrevistados proyectan su cambio sobre otros: al describir el mundo exterior, están describiéndose a sí mismos de formas retóricamente ventajosas (2001: 377-380).

¿A qué se debe el atractivo por el pragmatismo o la técnica ideológicamente neutra? Según Del Águila (2000), lo que nos repugna en realidad de la política no es ella misma, sino lo que afronta: la contingencia, la imprevisibilidad, la falta de armonía entre lo justo, lo bello y lo potente, que caracterizan nuestras vidas (haciendo trizas nuestros ideales socráticos y religiosos). Para enfrentar lo azaroso de la vida y sus dolorosas escisiones, se buscan “cotos vedados que la política no pueda tocar”. Esos cotos vedados no existen, pero “podemos, sí, establecer desde esa fragilidad un coto vedado por el poder de nuestra decisión. No podemos, en cambio, esperar que lo establecido por nosotros sea universal, racional, atemporal o perfecto (...) por eso la búsqueda de un fundamento firme, único e indudable” desde el que oponerse a la incertidumbre de la política, es inútil. Es justamente en aras de disolver ese problema en soluciones armonizadoras, que se reduce la política “con sus conflictos, su pluralidad, su perpetuo movimiento, a otros ámbitos más seguros y firmes, más estables y tranquilizadores: a la ética, al derecho, al mercado, a la eficacia utilitaria, a la ingeniería social, etc”. Se pretende operar una sustitución de la política: “la verdad penal sustituye a la responsabilidad política, las instituciones jurídicas a las participativas, los tribunales a los debates públicos o a los parlamentos, la ciencia a la deliberación plural, el espectáculo en los medios a la reflexión y el juicio, la técnica administrativa a la política”. Pero “la responsabilidad de tratar de reconciliar justicia y orden político común (y de asumir los costes de esa reconciliación) reside en los ciudadanos, no en ninguna regla previa, por muy racional que sea. Es en su virtud política y su competencia cívica donde se puede apoyar esa reconciliación siempre parcial, temporal y tentativa” (2000: 35-42).

Lo anterior, evidente para Del Águila, no parece asumible para el ciudadano común. Menos en los días que corren, signados por la incertidumbre y en los que todo pareciera sujeto a revisión. Para Innerarity (2002: 14-15), en el fondo, tras estos sucedáneos de la política yace un impulso conservador que demanda “la seguridad indiscutible que oculta la dificultad y disimula las propias perplejidades”. Ya Crick (2001:126-127) había descrito al “conservador no político” como un antidoctrinario, que considera a la política una actividad puramente práctica: se atienden los hechos conforme van surgiendo y como única teoría se escucha a la experiencia. Se cree puramente

pragmático, reivindica un empirismo pretendidamente objetivo y ridiculiza las apelaciones a teorías políticas.

No existe, sin embargo, el grado cero ideológico. Lo que existe es la “naturalización” de las ideologías, su interiorización como “sentido común”. Es el caso actualmente, según Todorov (2012), del neoliberalismo. La corriente ideológica que lo “desideologiza” es el “cientificismo”: esa ilusión según la cual la conducta humana, así como los procesos sociales e históricos, están sujetos a leyes de igual orden a las naturales, discernibles e inexorables, como las de la física. Una idea que estaría tan presente en el marxismo como en el neoliberalismo. La consecuencia de esa asimilación de lo social a lo físico, es que el ámbito de la acción política se ve notablemente limitado. Como construcción ideológica, no deja mayor espacio a la actividad política, porque exige que el manejo de los asuntos públicos esté en manos de técnicos no-políticos, porque celebra una especie de consenso pragmático pretendidamente desideologizado, y porque, al atribuirle una irrefutabilidad científica a sus diagnósticos y propuestas, reclama que sean sustraídos del debate político. Para ello el discurso neoliberal recurrirá a distintas técnicas, pero principalmente al Derecho y a la Economía.

Crick (2001) dice que el “liberal apolítico” sabiendo que todo gobierno, en alguna medida, se inmiscuye en la vida y libertad de las personas, por amor a esta quiere poner algunas leyes, que sacraliza como naturales o constitucionales, fuera del alcance de la política. Como parte de esa pretensión, defiende un orden natural, un sistema económico que “si operara libre de la intervención del Estado” conduciría a un bienestar que haría la política “casi innecesaria”. Por eso, piensa, la economía debería ser “independiente de la política” (2001: 144-146). En el mismo sentido, para Hermet (2008: 197) otras dos características de la gobernanza, son “la supremacía de la norma negociada sobre la ley democráticamente votada y (...) la superioridad de los jueces frente a los legisladores”. Una nueva normatividad “ajena al cumplimiento de un proyecto a más o menos largo plazo destinado a satisfacer un bien común que se ha vuelto impensable o una voluntad mayoritaria considerada potencialmente opresiva. Su objetivo consiste solo en minimizar riesgos, amenazas o peligros. Su función es conservar lo que hay, no asegurar la instauración de novedades que puedan complacer los deseos de las masas”. Naím (2013: 122) lo considera una tendencia actual del Poder Judicial: “a escala mundial se observa un nuevo activismo judicial que lleva a cortes, jueces y magistrados a intervenir en conflictos políticos que en el pasado eran de la sola incumbencia del poder legislativo o

ejecutivo”. Frente a los políticos y los gobernantes, aumentan los “jueces dispuestos a (...) bloquear o revocar sus acciones”.

Pisarello (2011) detalla cómo, mediante un constitucionalismo antidemocrático de inspiración neoliberal, son protegidos sus dogmas frente a la voluntad soberana de los pueblos, en flagrante negación del principio democrático. De forma similar, Vallespín (2012: 91-95) describe la lógica de mercado como la “verdad incuestionable” de nuestro tiempo, sustraída del debate político y causa de que los políticos se estén transformando en meros gestores condenados a disimular su irrelevancia en la conducción política de los estados. Y Todorov (2012: 83) la incluye dentro de las desmesuras o enemigos de las democracias actuales, parte de la “tiranía de los individuos”. Pero la libertad política, advierte Mouffe (2012: 19-32), implica asumir la imposibilidad de resolver definitivamente los conflictos sociales y los antagonismos ideológicos, para, idealmente, reconducir ese antagonismo engendrador de violencia en agonismo a través de las instituciones. Es esta dimensión de la política la que peligrosamente se pretende clausurada por el vigente consenso centrista, del que los postulados del libre mercado son parte incuestionable. Ilusión de asepsia tecnocrática que, había dicho en una obra anterior (Mouffe, 1999), es un resultado más de la evasión y negación de lo político en el liberalismo y que acota el “pluralismo agonístico” del debate político. El problema no es solo la pérdida de libertad que ello supone. El problema, para la autora, es que esa ficticia oclusión del conflicto social, al cerrarle sus salidas institucionales y menospreciar el valor de la soberanía popular que legitima a los gobiernos democráticos, favorece el surgimiento de la intolerancia política y el extremismo propios de la extrema derecha. Mayer (2001) es de la misma opinión: señala que el éxito electoral de la extrema derecha en Europa se ve favorecido por las tendencias de consenso en políticas públicas, compromiso institucional y convergencia ideológica, de los grandes partidos tradicionales.

Como pareciera que el problema para ideólogos, religiosos y utópicos por un lado, o para tecnócratas y pragmáticos por el otro, no es la política sin más, sino la política en las democracias representativas, es conveniente explorar brevemente el malestar con la democracia, “el más político de los sistemas políticos”, dice Warren (2010: 45), un régimen que, por su propia naturaleza, “no se deja querer”, añade Innerarity (2015: 163). Las principales quejas giran en torno a las limitaciones de la democracia respecto de sus ideales, respecto de las expectativas que genera y respecto de su eficacia para resolver

oportunamente lo que se supone que debe resolver. Particularmente causa desazón, según Hubard (2014), lo farragoso que siempre ha resultado el acuerdo común frente a lo expedito de la acción privada<sup>165</sup>. Para Innerarity (2002: 12) esa “puede ser la causa que explique la irrupción en la política de empresarios, jueces o periodistas, jaleados por una demagogia simplista que dice despreciar la incompetencia de la clase política cuando en realidad desprecia las exigencias de la vida democrática”.

En relación con la eficacia oportuna que se espera de la política, suele irritar su lentitud. Hermet (2001: 26-27) dice que el populismo antiguo o clásico rechaza también la lógica política, ya que no concibe que esta pueda consistir en administrar el tiempo ni que, por esta razón, se inscriba en el largo plazo. Para los populistas a la antigua “el futuro puede convertirse en presente de un día para otro, si se pone fin a la conjura maléfica de los poderosos”. Al respecto Innerarity (2015: 101-105) explica la creciente “asincronía” entre la estructura temporal del sistema democrático representativo (con sus procesos de deliberación razonada y decisión pública) y el ritmo de la evolución social, debido a los actuales “tiempos acelerados donde hay demasiados elementos interactuando”. La “aceleración de los procesos de cambio social (...) despolitiza en la medida en que dificulta la sincronización (...) y sobrecarga la capacidad deliberativa del sistema político”. El ritmo del mundo globalizado y “la presión mediática de inmediatez”, están haciendo que “las instituciones pierdan progresivamente capacidad de configuración” y, por ende, su esfera de influencia. Así, cada vez más las cuestiones políticamente controvertidas están siendo desplazadas hacia organismos con mayor capacidad de decisión (como los tribunales constitucionales) o a la autorregulación de la sociedad civil (desregulación económica). En suma, bajo el imperativo de “las temporalidades dominantes” “existe toda una presión para convertir a la política en un verdadero anacronismo”.

El otro factor mencionado es el de los ideales sobre la democracia y los mismos ideales democráticos. Tras el “repudio teórico-ideológico” de la política en democracia, considera Alcántara (2012: 145), hay una idealización de lo que esta “debería ser”, manifiesta tanto en la revolución que rechaza el pasado inmediato, como en el movimiento antisistema que anhela un futuro soñado. Construcción mental que lleva a enfrentar las condiciones efectivas en que los representantes populares ejercen sus

---

<sup>165</sup> Lo que evidentemente recuerda la preferencia por la “acción directa” (teorizada por Ortega y Gasset) comentada más arriba.

funciones, con una proyección idílica de la representación política, que nunca ha existido<sup>166</sup>. Igualmente para Bilakovics (2012: 10-11), la democracia es imaginada como un orden natural, cuasi-santificado o providencial, de la asociación humana, lo que provoca que la forma de gobierno democrático liberal y la práctica cotidiana de la política, resulten burdos en comparación con el ideal. La dura realidad, dice Innerarity (2015: 159), es que “la democracia no es lo que habíamos imaginado; la participación es escasa; nuestra opinión no es suficientemente tenida en cuenta; siempre nos gobiernan otros (incluso cuando los nuestros gobiernan se transforman en *otros*)”.

Bilakovics (2012: 10-11), apunta otra razón estrechamente relacionada con la mediatización de la política (analizada en el capítulo I) y la transparencia del Estado (analizada en el apartado 1 de este capítulo): considera que la “apertura democrática”<sup>167</sup> de los sistemas políticos actuales fomenta el desprecio a la política, el escepticismo, el cinismo y una desconfianza vigilante hacia quienes están en el poder. Nuevamente Innerarity (2015: 155) está de acuerdo: la “democracia es un sistema político que genera decepción” por ser “un régimen de desocultación, en el que se vigila, descubre, critica, desconfía, protesta e impugna. A diferencia de los sistemas políticos en que se reprime la disidencia, se obstaculiza la alternativa o se ocultan los errores, un sistema donde hay libertad política tiene como resultado una batalla democrática en virtud de la cual el espacio público se llena de cosas negativas”, críticas mutuas, errores magnificados, ningún reconocimiento al adversario, y la honradez no es noticia.

La tesis de Przeworski (2010: 45) es más radical: postula que la frustración con las democracias modernas tiene su raíz en que el ideal de autogobierno (implicando libertad e igualdad) que justificó la fundación de las instituciones representativas, “era lógicamente incoherente y prácticamente irrealizable”. Aserto con el que coincide Innerarity (2015: 161) cuando advierte que la democracia “es un sistema político decepcionante porque apunta a ideales inalcanzables”. También Hermet (2008: 13-15), para el que es un régimen híbrido, que se apoya en postulados incoherentes. Conseguir “bien común”, “voluntad mayoritaria”, “interés general”, mediante representantes, es la promesa democrática en la que la gente ya no cree y que no era realizable por el natural

---

<sup>166</sup> Estas concepciones ingenuas de la política, la democracia y el Estado, son las que alientan, según el autor, la “popularidad” de las candidaturas independientes o con partidos *ad hoc*, la atribución de “maldades” al uso de listas cerradas y “el lugar común” de que el voto preferencial acerca más al político a su electorado (Alcántara 2012: 156-157).

<sup>167</sup> “*Democratic Openness*” en el inglés original.

particularismo de los intereses en las relaciones humanas. El “edificio artificial de la política” se sostiene sobre la “hipocresía colectiva”, valores antinaturales que los ciudadanos fingen creer. La promesa de la felicidad democrática se asienta en una contradicción irresoluble: igualdad universal a nivel declaratorio pero a nivel individual y de los grupos esa felicidad solo se experimenta con la comparación ventajosa de la suerte de cada uno con la de los demás. Por eso el Estado del bienestar nunca lograría satisfacer a la gente. Encima, sobre la democracia pesa una fatalidad perversa debido a su principio fundacional: el gobierno descansa sobre el consentimiento del pueblo soberano. Eso obliga a sus operadores a siempre estar ofreciendo cosas que cada vez menos pueden cumplir, lo que alimenta a la vez la ambición y malestar de sus electores.

### 3. EL ANTIPARTIDISMO:

Un tercer conjunto de argumentos contra la política son los que se dirigen hacia los partidos políticos, a los que se recrimina un carácter faccioso, contrario al bien común y a la unidad. Por ejemplo, para Alcántara (2012: 143-144) la actividad política, en tanto gestión del conflicto y del desacuerdo, tiene una “connotación” negativa relacionada con el tradicional “sentimiento antipartidista”. Manin (1998: 238) dice que los propios “fundadores del gobierno representativo consideraban la división en partidos o facciones como una amenaza contra el sistema que estaban fundando”<sup>168</sup>. Przeworski (2010: 40) apunta que “las asociaciones partidarias (...) eran consideradas divisionistas y, por lo tanto, enemigas del bien común de la nación”. En el mismo sentido, Maravall (2013: 52-53) indica que a lo largo de la historia la hostilidad hacia los partidos obedeció a que eran considerados como organizaciones fraccionales “lejanas de lo que se entendía como bien común” (obviando la inevitable heterogeneidad de los intereses de los ciudadanos) y que, aún hoy, la mayoría piensa que los partidos “solo sirven para dividir a la gente”. Todo lo cual es coherente, según Bilakovics (2012), con la creciente fascinación por una política post-partidaria y por los *outsiders*.

Ello explica la buena prensa de que goza cualquier iniciativa a la que se apostille de “apolítica” en el sentido de “no partidaria”. Tufro (2007) estudia asociaciones

---

<sup>168</sup> De modo que el gobierno representativo, dice Manin (1998), se estableció sin partidos políticos. Esa hostilidad hacia las facciones, entre franceses, ingleses y estadounidenses, hizo que hasta la segunda mitad del siglo XIX se empezara a considerar la articulación de las expresiones del electorado por los partidos, como un elemento constitutivo del gobierno representativo.

vecinales contra la delincuencia<sup>169</sup>. Concluye que la dicotomía es doble cuando lo antipolítico se combina con el reclamo de seguridad: por un lado, “buen vecino-delincuente” y, por el otro, “actividades políticas-actividades no políticas”. La “gente se identifica con nosotros”, dice uno de los entrevistados, porque la asociación “representa a todos”, porque enarbola “los valores y las preocupaciones de todos”. Los vecinos “saben que estamos ajenos a todo lo que es la política”. Lo que implica el trazado de una barrera simbólica tajante entre las “prácticas políticas” (por intereses particulares) y las “prácticas apolíticas” (por el bien común) (2007: 2-3). La condena “no recae solamente sobre ciertos sujetos (...) sino que termina por arrastrar a la política como práctica, identificada con el conflicto y la desunión” (2007: 12).

Por eso el rechazo de los partidos es, en el fondo, rechazo de la política: como advierte Mouffe (1999), el rechazo de la política es el rechazo a la opción de mantener la tensión del vivir conjuntamente (*polis*) asumiendo el antagonismo y el conflicto (*pólemos*) para, en cambio, sacrificar (o encubrir) uno de esos extremos (en este caso, la polémica). Porque lo polémico es consustancial, dice Innerarity (2015: 119), a la *polis*, aunque le pese tanto a “la vieja crítica conservadora al parlamento”, como a las “modernas críticas de corte populista o tecnocrático”. La discusión entre partidos carece de sentido frente al dictamen de los expertos o frente a la “inapelable voluntad inmediata del pueblo”. Repugna a estas personas que en política se hable más de lo que se hace. Preferirían que se actuara sin tener que detenerse en las explicaciones, que existiera “una objetividad sin réplica” y que, en aras de la eficacia, pudieran ahorrarse las discusiones. En suma, “librarse del engorro de tener que persuadir”.

De modo que tanto en los discursos tecnocráticos como en los populistas (de izquierdas o de derechas) se valora negativamente la confrontación partidaria. Colomer (2015), por ejemplo, dice que hay “una contradicción entre la eficiencia y la estabilidad de las políticas públicas y la competencia entre partidos” (2015: 137), a tal punto, que “la adopción de políticas públicas eficaces se logra en proporción directa a cómo tiende a desaparecer la competencia entre partidos” (2015: 141). En el mismo sentido Weltman y Billig (2001: 376), en su estudio sobre la psicología antipolítica de laboristas y conservadores británicos, informan que cada uno de sus entrevistados mostró

---

<sup>169</sup> Fenómeno por él relacionado con la difusión mediática del “pánico moral” (Stuart Hall). Consiste en asociaciones de vecinos que se organizan, reclaman al Estado y actúan sin esperar respuesta.

preocupación por evitar posiciones partidistas<sup>170</sup>: dijeron tener sus propias opiniones, con la convicción de no estar constreñidos por ningún marco conceptual abstracto compartido por otros, sino que su visión se basaba en una evaluación empírica e independiente de los hechos. La preocupación por el bien común sustituye, como orientación política, cualquier afiliación partidaria. Y aunque ello podría interpretarse como una liberación del individuo de ataduras colectivas, el espacio para la discrepancia, en lugar de haberse ensanchado, pareciera contraído: Colomer (2015: 209-213), dentro de las prácticas que aplaude en las instituciones internacionales gestionadas por expertos no políticos, incluye los “compromisos de no objeción”, el “consenso pasivo”, la sustitución (en instituciones como el Banco Mundial o el Fondo Monetario Internacional) de los procesos de votación, para emplear, en cambio, la determinación, por parte del presidente, del “sentido de la reunión”, concluido por él tras escuchar las deliberaciones, y, en general, prácticas que “fomentan la cooperación sostenida y convierten a los desertores en ineficaces a largo plazo”. Pero ¿al marginar la discrepancia no se margina a la política? Del Águila (2002: 61-62), advierte que, ya desde finales de los años sesenta, la “nueva izquierda” denuncia que la política es “empujada por una supuesta objetividad científica” y denuncia las tesis del fin de las ideologías “como una ideología ligada a un cierto tipo de dominación”.

Como se adelantaba, esa alta valoración del consenso y la unidad no es exclusiva de tecnócratas y pragmáticos. En el pensamiento utópico de izquierdas también es apreciable la intolerancia hacia la oposición política, y el desafecto por la limitación del poder y la división de poderes. En el ya mencionado radicalismo puritano de Owen y Godwin también es evidente. Según Claeys (1989: 74-80), Godwin no veía mérito a ninguna forma de asociación política (por la turbación inherente a su desempeño) y consideraba que el voto secreto era un vergonzoso encubrimiento de nuestros deberes. Tampoco vio necesidad para la separación de poderes. Sencillamente, por la perfectibilidad de la razón, en el futuro la política daría paso a la administración. Expresa, además, repudio a cualquier interés individual que no se amolde a los de la sociedad en su conjunto. Los partidos, que son efecto de la ignorancia, desaparecerían en la sociedad del futuro, cuyo gobierno estaría en manos de una aristocracia sin opositores. El gobierno representativo y electivo es perjudicial en la práctica y será superado. Owen, por su parte, expresó su deseo de quitar “el germen” de todos los partidos de la sociedad con una

---

<sup>170</sup> Mair (2013: 23) hace el mismo diagnóstico: el discurso de políticos como Tony Blair refleja el “creciente sentimiento antipolítico” que a finales de los noventa se popularizó entre los mismos políticos.



educación que “sumergiera el yo en un océano de sociabilidad”, creando el ambiente moral del nuevo mundo. Los partidos reproducían el estímulo que el modelo vigente de familia hacía del egoísmo y del antagonismo hacia las otras familias. Owen recordaba con nostalgia y romanticismo la sociedad preindustrial como una sola “familia de interés unido”. Los intereses individuales eran la fuente de las divisiones sociales, de modo que la paz se alcanzaría solo cuando el conjunto de los intereses de los individuos se identificaran con los de la sociedad, como una sola familia, cuyas fuerzas, habilidades y propiedades se aplicaran a la promoción del bien común sin parcialidades.

Rousseau (2007: XXX-XXXI) también rechaza el principio de división de poderes. Tampoco le encuentra sentido al reconocimiento de derechos individuales. En ambos casos por una misma razón: no cree en la limitación del poder. Es absurdo, en su construcción teórica, poner frenos a la “voluntad general” que guía a la colectividad. Por eso no tiene sentido proteger de ella a los individuos, que solo son libres cuando se le someten (a lo que habrá que obligarlos si se oponen), y en cuyo beneficio corresponde inmolarsse. Y si se opone a la división de poderes, es porque no cree que la voluntad general deba ser obstaculizada, pues en su realización se encuentra (y ella dirige hacia) el bien común. A este lo concibe de forma unitaria: no existe una pluralidad de intereses individuales legítimos, ni sectoriales en conflicto, que puedan oponérsele a “los verdaderos intereses de la comunidad”. No extraña, entonces, que minorías y disidencias no encuentren consideración alguna en su planteamiento. No se trata, ni siquiera, de una tiranía de la mayoría: la voluntad general no equivale a la voluntad de la mayoría, sino que “es un ente abstracto que se alza por encima de las voluntades particulares, de las voluntades reales de los hombres de carne y hueso, un deber ser que dicta los objetivos y marca los fines de la colectividad”. No es de extrañar que estas visiones de la política repudien la confrontación partidaria: mientras en la democracia de partidos, dice Innerarity (2015: 164), el pueblo “no se expresa más que a través del conflicto de sus interpretaciones”, tanto el populismo antiguo como el moderno, explica Hermet (2001), acusan una voluntad de fusión popular reacia a todo pluralismo.

Quizá el malestar que genera la confrontación partidaria está relacionada con la angustia nihilista de las sociedades secularizadas. En palabras de Innerarity (2015: 164) comentando la obra de Claude Lefort, ese malestar lo genera la “experiencia de una sociedad inmanejable, donde se experimenta la disolución de las referencias de la certidumbre”, pues “inaugura una historia en la cual los seres humanos experimentan la

indeterminación final en cuanto al fundamento del poder, de la ley y del saber”. La nostalgia por la verdad en definitiva. La democracia de paridos, en cambio, “es un espacio de duda, de conflicto y de invención impredecible (...) una forma de organización política de la sociedad en la cual el conflicto no es nunca definitivamente reabsorbido en la unidad de una voluntad común”. Frustración de una pulsión integrista coherente con el análisis que hace Crick (2001:126-127) del repudio a los partidos por parte del “conservador no político”: quiere mantener el “orden esencial” contra los arrestos de políticos, grupos de presión y demás “arribistas”, que solo persiguen “intereses propios”. Desprecia a los políticos por facciosos. Expresa el eco de las viejas monarquías en las que toda oposición era desleal y solo los enemigos del rey hacían política. Más grave aún: el celo por el orden favorece la alquimia entre lo militar y lo antipolítico: el ejército es “el único elemento de estabilidad en un mundo de vaivenes políticos”<sup>171</sup>.

Lo anterior, nuevamente, evoca el fascismo. Mayer (2001) describe el extremismo de derecha como una combinación de diez rasgos ideológicos, entre los que están el antiparlamentarismo, el antipluralismo, las expectativas de seguridad, y de ejercicio de un poder fuerte. Según Paez (2008), Schmitt (que paradójicamente acusaba de antipolítica al liberalismo), argumenta contra la representación parlamentaria por la propensión de su debate a fragmentar la voluntad política, postergar las decisiones y propiciar la dilación en la acción del poder, lo que amenaza su disolución. De modo que diferir (más en el sentido de disentir que en el de aplazar), siendo consustancial a la política (como conciliación de intereses plurales), constituye para Schmitt la actitud antipolítica por antonomasia. Como apunta Warren (2010: 29), “el totalitarismo suprime la política porque elimina la posibilidad de cuestionar el poder (...) si alguna vez se alcanzara una situación ideal de poder, la vida política se marchitaría dejándonos con la clase de antiutopías retratadas por Huxley en “Un mundo feliz” y por Orwell en “1984”. Por eso para Ortega y Gasset (2008: 208) es en la democracia liberal donde la política alcanza la más alta voluntad de convivencia: un poder público que se limita a sí mismo y da espacio a la oposición. Pero una característica del ascenso al poder de las masas es la negación de legitimidad a la oposición: “nada acusa con mayor claridad la fisonomía del presente como el hecho de que vayan siendo tan pocos los países donde existe la oposición. En casi todos, una masa homogénea pesa sobre el Poder público y aplasta, aniquila todo

---

<sup>171</sup> Así, los regímenes militares en América Latina y sus resabios, expresan un marcado talante antipolítica (Loveman y Davies, 1997).

grupo opositor. La masa (...) no desea la convivencia con lo que no es ella. Odia a muerte lo que no es ella”.

#### 4. LA NEGACIÓN DE LOS POLÍTICOS:

El repudio a los políticos es la forma de crítica y rechazo más difundida y evidente de las analizadas en esta investigación. Innerarity (2015: 31-32), aunque considera necesaria la crítica hacia los políticos (pues “una sociedad no es democráticamente madura hasta que no deja de reverenciar a sus representantes y administra celosamente su confianza en ellos”), advierte que actualmente “la crítica ha adquirido las dimensiones de un auténtico linchamiento”. Y si bien hoy intensificado, Hermet (2008) señala que ya la democracia ateniense, mediante la rotación y el sorteo, procuraba evitar la profesionalización de la política o la judicial (excepto algunos cargos técnicos). Profesionalización que nace con la democracia de partidos, pues antes la política la ejercían aficionados provenientes de la aristocracia o notables. Un proceso detallado por Weber (2007: 113-115, 123). Es a principios del siglo XIX cuando la dirección de los partidos dejó de estar a cargo de personas que la desempeñaban de forma ocasional y a título honorífico, personas de elevada reputación y patrimonio. Con la aparición de los funcionarios de partido (forzada por la complejidad organizacional de estos) empieza a perfilarse la profesionalización de la política y la tensión por el control de esas estructuras, cada vez más dominadas por sus funcionarios. Pero la profesionalización de la política fue resistida por los ricos (que perdieron el control directo sobre los partidos) y también por el pueblo llano, siendo aceptada en EEUU solo a regañadientes: “América ya no puede ser gobernada solamente por aficionados. Hace 15 años todavía se podía oír de boca de obreros americanos la siguiente respuesta a la pregunta de por qué se dejaban gobernar por políticos a los que decían despreciar: “preferimos tener como funcionarios a gentes a las que podamos escupir a tener una casta de funcionarios, como vosotros, que nos escupa a nosotros”.

También para Alcántara (2012: 146-148, 158) el problema no es tanto con la persona que “hace política” sino con la que se dedica a ello. Entiende la antipolítica como rechazo al político profesional (a los que se percibe como “impenitentes egoístas”). El recelo frente a aquellas actividades que desde la Grecia clásica se realizaban bajo sospecha de perseguir intereses espurios, a finales del siglo XIX se focalizó en ese nuevo personaje que empezó a levantar críticas en Alemania, Francia e Inglaterra. Una “posición visceral” que “fue tildada ya por Schumpeter como claramente ideológica”, “producto de

un apoliticismo popular y pequeño burgués que, irónicamente, es a la vez la condición y el producto del monopolio de la política por parte de los políticos gestado a lo largo del siglo XX”. Un complejo de prejuicios que hoy se manifiesta en, por ejemplo, la atribución de pureza al político nuevo (no ser político deviene en mérito del candidato); y en un “complejo de inferioridad”<sup>172</sup> que hace que muchos políticos insistan en que no lo son y que a la política no le dedican más que tiempo libre. Estas opiniones tienen su explicación en una “visión romántica” de la política, que contrapone dos “modelos ideales que probablemente nunca existieron”: por un lado, profesionales de la política que participan en ella por interés y que solo buscan el éxito en las urnas. Por el otro, políticos *amateurs*, líderes que practican una política de principios y cuyo acento se encuentra en sacar adelante políticas públicas.

Antes de explorar las posibles causas de esa repulsa hacia los políticos, conviene detenerse en su contracara: la homogenización, exculpación y victimización del resto de la ciudadanía. Tufro (2007: 12), en su ya referido análisis del discurso de las organizaciones vecinales contra la inseguridad, dice que para representar la unidad de la sociedad se invisibilizan todos los conflictos que atraviesan socialmente ese “nosotros”: en “la construcción enunciativa (...) del “nosotros” (...) el antagonismo entre clases o grupos sociales queda ocluido y desplazado hacia un único gran conflicto que pone frente a frente, por un lado, a los políticos (y sus intereses) y, por el otro, a la sociedad, entendida como un todo homogéneo, construida a partir de colectivos como “la gente” o “los vecinos”<sup>173</sup>. Es un ejemplo de lo que Del Rey (2007: 128) llama “procedimientos de enlace y disociación”, consistentes en desolidarizar (en este caso personas e intereses) y atribuirles (enlace, asocio) esos intereses a solo un grupo. El efecto es doble: quien

---

<sup>172</sup> El autor describe la “fuerte angustia para repudiar la aceptación del término de profesional de la política” que se aprecia en las palabras de los propios políticos. (2012: 144, 151-155).

<sup>173</sup> Tufro (2007: 2-3) llama “antipolítico” al arsenal retórico que utilizan estos grupos de la sociedad civil para auto-presentarse como “no políticos”: “lo antipolítico no constituye un tipo de discurso, sino más bien una serie de elementos retóricos y enunciativos que pueden ser articulados por una variedad de discursos”. De modo que no considera a la antipolítica como un tipo de discurso, sino más bien como una estrategia enunciativa posible del discurso político. El antipolítico es un discurso político, en tanto construcción de una voluntad colectiva a partir de algunos intereses particulares (los de quienes lo enuncian). En este caso, la “seguridad ciudadana” condensa todas las aspiraciones insatisfechas y dimensiones de la impugnación contra “los políticos” (este movimiento es una dinámica básica del funcionamiento de “lo político”, señalada por Gramsci). Lo distintivo en los textos analizados por Tufro, es que este mecanismo político es presentado bajo la forma de un movimiento “apolítico”, que construye discursivamente un colectivo de identificación basado en la expulsión de “los políticos”: “lo político (y los políticos) pasan a ocupar el lugar (...) del contradestinatario, el adversario político”. El discurso “se caracterizaría por tener la estructura enunciativa de un discurso político (es decir, la construcción de un destinatario múltiple, uno de los cuales es un adversario) en el cual el lugar del contradestinatario/adversario está ocupado por todos aquellos que realizan “prácticas políticas” (2007: 5).

despliega esa estrategia discursiva no solo consigue el aislamiento/distanciamiento de “ellos”, sino que, como “cualquier disociación implica la instauración de un nuevo enlace”, consigue “unir” al “nosotros” en torno a sí.

Lo mismo es identificado por Schedler (1996) al analizar el discurso de los partidos radicales o antipolítica. Ordenan el mundo político en un triángulo con tres actores: la clase política (“pícaros maliciosos”), el pueblo (“víctima inocente”) y ellos mismos (“héroe redentor”). Entre el pueblo y ellos mismos constituyen una “comunidad imaginada” de “paz y armonía”, con un enemigo común, los políticos, que ni siquiera forma parte de la comunidad, “son forasteros”. La designación “clase política” es la preferida de los antipolíticos: los altos funcionarios forman una “coalición antipopular”, en la que todos son iguales. El código gobierno/oposición carece de sentido (“estrategia de des-diferenciación simbólica”). Recodifican el universo de los actores políticos con apelativos comunes y derogatorios, para trasladar una idea: sus diferencias son cosméticas y simuladas (1996: 293-295). Si bien el fenómeno ocurre también en las izquierdas, la antipolítica tiene una “clara afinidad” con los partidos de derechas. La razón es que la polaridad “políticos-nosotros” “subordina las divisiones socio-económicas” de la ciudadanía. Esa indiferencia a las divisiones de clase suele distanciar a las izquierdas. Por eso la antipolítica, dice el autor, pareciera una “sobre-politización conservadora”: tras la caída del socialismo real, al perder la democracia su enemigo externo, la clase política ha emergido de dentro como su sustituto. La antipolítica es “la cristalización de una nueva ideología de la derecha” (1996: 302-304)<sup>174</sup>.

Esa homogenización de la ciudadanía es retóricamente efectiva, sobre todo cuando, como apunta Innerarity (2015: 221-222), “se demanda que los políticos escuchen a la gente”, pero “hay que entender al mismo tiempo que la ciudadanía raras veces comparte las mismas demandas, deseos e intereses”. De modo que, más que “escuchar las demandas del pueblo”, el político, para desazón de los más exigentes, debe “aceptar unas y rechazar otras en virtud de la limitación de los recursos, la impracticabilidad, la equidad, la defensa de ciertos grupos sociales menos ruidosos o el derecho de las futuras

---

<sup>174</sup> En Europa los investigadores relacionan la antipolítica con los partidos y movimientos de derecha, con discurso xenófobo y nacionalista, y abuso del principio de mayorías (Ignazi, 1992; Schedler, 1994, 1997; Mastropaolo, 2005; y Jagers y Walgrave, 2007). Por ejemplo, Norris admite (en Europa) una correlación entre insatisfacción con la política y desconfianza hacia los órganos representativos, por un lado, y voto por la derecha radical, por el otro. Sí cuestiona la dirección de causalidad y advierte la necesidad de más estudios empíricos sobre “la política del resentimiento” (Norris, 2009: 193-212, 323-324). Mair (2013: 37) también ve en la hostilidad “hacia lo que en los distintos países se considera la clase política” la característica principal del populismo de derechas.

generaciones”. Además, “lo que la gente dice que quiere y lo que está dispuesta a permitir que los políticos hagan, son dos cosas muy diferentes: la gente quiere que se combata el cambio climático, pero tal vez no quieren modificar su estilo de vida; quieren mejores servicios, pero no quieren pagar más impuestos”.

Es lo que Del Águila (2000) llama “el ciudadano impecable”. Como no debe hacerse cargo de las complejidades de la vida colectiva, puede mantener la ilusión (y con base en ella emitir juicios) de que todos los valores socialmente apreciados son posibles siempre al mismo tiempo, de modo que nunca está justificada la transgresión de ningún principio para posibilitar el cumplimiento de los demás. Se creyó “un relato que une bien común con justicia, exige la completa sujeción de la política a la moral, armoniza las tensiones políticas en la ley y sugiere que la razón universal y los intereses de los ciudadanos, coinciden en sus objetivos y en sus presupuestos (...) cree en la profunda armonía del mundo”. Su bienestar, promoción y conveniencia constituyen lo justo, se deducen de la razón y son parte de sus derechos. Se destierran (para la complacencia psicológica) los dilemas políticos, las tensiones dolorosas y las decisiones con costes. Por eso puede exigirle a los poderes públicos el cumplimiento de sus deseos y la consecución de su felicidad, porque cree que en ello consiste la justicia objetiva. Este tipo de ciudadano fue creado por el sistema liberal democrático<sup>175</sup>. Los políticos, ávidos de complacer los oídos de sus electores, no hacen más que reforzar ese relato que oculta los deberes cívicos, las alternativas antagónicas y los costes de cada opción (excepto, parcialmente, cuando gobiernan y deben hacerse cargo de satisfacer las ilusiones alimentadas). Con ello se inaugura la “época del postdeber”, caracterizada por “la reivindicación ilimitada de derechos subjetivos sin contrapartida”, y la “creencia de que todo debe resultar gratis” (2000: 15-16).

El “sed realistas, pedid lo imposible” de mayo del 68, es el canto ilusorio a la vida con ausencia de límites, el reclamo de un ciudadano convencido de que la justicia universal consiste en la satisfacción de sus esperanzas. En la versión de derechos del ciudadano impecable, la política queda sepultada bajo la moral de la justicia del propio deseo, bajo el mercado del consumo regido solo por los propios intereses y bajo el derecho

---

<sup>175</sup> Coincide con el juicio de Ortega y Gasset (2008) de que el “señorito satisfecho” es un resultado de las mejores condiciones de vida auspiciadas por la democracia liberal (además del desarrollo de la técnica), así como con el de Galli (2013: 11), quien incide en la paradoja de que a la democracia “se la invoca donde falta y se la persigue con coraje (...) pero allí donde hace tiempo que está consolidada, sus instituciones van perdiendo su aliento”.

que transforma al ciudadano (exigiendo a los poderes públicos a través del Poder Judicial), en “un bebé gruñón flanqueado por un abogado que le asiste”. Es optar por vivir en la fábula de las abejas: “los vicios privados propios del ciudadano impecable (...) desembocarán en virtudes públicas”. En su versión de izquierdas, más que el infantilismo de derechas, se impone la “victimización”. La impecabilidad requiere la elusión de los conflictos morales y políticos, incluidas las “escisiones trágicas”, siempre atribuidas a la mala voluntad o a la corrupción de los que gobiernan, nunca a la pluralidad de valores, a las contradicciones entre deseos e intereses, entre lo individual y lo colectivo, o a raíz de la natural contingencia de la acción dirigida a la consecución de objetivos deseables. Todo ello puede ignorarlo o negar su realidad solo quienes no gestionan el poder político y así, por ejemplo, repudiar la guerra contra Serbia a la vez que se exigen garantías de protección de los derechos humanos de los kosovares. El mundo es de suyo (potencialmente) armónico, de modo que los desgarros actuales son culpa de otro (el capitalismo, los políticos, los banqueros). Es lo que Nietzsche llamaba la búsqueda de “un causante responsable” que posibilite el alivio del “desahogo de los afectos”: “yo sufro, alguien tiene que ser culpable de esto”. En “la cultura de la queja” “todo el mundo aspira a pasar por desgraciado y a ocupar el nuevo lugar de privilegio: el lugar de la víctima” (2000: 17-21).

Este discurso “hace a los políticos o a la política responsables de todas las tensiones y escisiones o de todos los problemas, mientras convierte a los intelectuales, jueces y periodistas en los nuevos héroes. Unos héroes que, por cierto, no han de responsabilizarse por las consecuencias de los consejos que dan, lo que facilita que piensen en términos de principios, pero hace difícil su encaje efectivo en el mundo político”. Crean la vana ilusión de que “no es necesario tratar con situaciones dilemáticas y difíciles, sino simplemente aplicar la regla de lo correcto para garantizarse la perfección moral y el crecimiento político” y que toda injusticia o sufrimiento se deben exclusivamente a una inadecuada o insuficiente aplicación de los principios liberal democráticos (en sí mismos perfectos, sin dobleces ni contradicciones internas), nunca “a la existencia en nuestras formas de vida de algún límite (...) alguna contradicción o antagonismo básico”. En el fondo, la verdad eludida por el ciudadano impecable (y cargada sobre las espaldas de los gobernantes) es “la escisión entre justicia, moral y ética, por un lado, y seguridad, bien común y bien público, por el otro”; lo ignorado, por incómodo de asumir, es “el precio que hay que pagar por vivir en el seno de una

comunidad política específica, vertebrada de una determinada manera y dando cobijo al desarrollo de una forma de vida concreta” (2000: 22-34).

Innerarity (2015) señala que la “adulación” que electores y audiencias reciben de políticos y periodistas, “ha entronizado al ciudadano como evaluador independiente que se concibe fuera de toda esfera política, como consumidor”. A su juicio “han desatado hasta tal punto las libertades de los consumidores que también la política es considerada desde el punto de vista del cliente, caprichoso, impaciente, exigente”. Y advierte que “es imposible que unas élites tan incompetentes hayan surgido de una sociedad que, por lo visto, sabe perfectamente lo que debería hacerse” (2015: 232-34). Ve en ello “una falta de sinceridad de la sociedad respecto de sí misma”, porque esa “crítica ritual hacia los políticos nos permite escapar de algunas críticas que, si no fuera por ellos, deberíamos dirigirnos a nosotros mismos (...) estamos utilizando a los políticos para exorcizar nuestros propios demonios de culpa y frustración” (2015: 32-34). En un sentido complementario, Pradera (2014: 10) dice que “atribuir a los políticos una especie de propensión ontológica personal a la corrupción, tendría la sospechosa doble utilidad de especializar a un gremio en esa práctica degenerativa y exonerar a la vez de cualquier sospecha al resto de los oficios, entre otros el periodismo y la judicatura”. En cualquier caso, la “legitimidad de la sociedad para criticar a sus representantes”, concluye Innerarity (2015: 221), “no quiere decir que quienes critican o protestan tengan necesariamente razón. El estatus de indignado, crítico o víctima, no le convierte a uno en políticamente infalible”.

Retomando la cuestión de las razones de la crítica y rechazo a los políticos, la mayoría de los autores apuntan a que se trata de una impugnación a su condición de representantes. Por ejemplo Hermet (2001: 10-11) explica que los movimientos de extrema derecha en Europa “se nutren del discurso antipolítica”, que contando el *boulangisme* existen desde los inicios de los sistemas representativos, y que, al igual que el populismo, enfatizan la crítica a los profesionales de la representación política. Pero como el fenómeno trasciende a los populismos y a la extrema derecha, a continuación se desarrollan las principales razones esgrimidas en esa crítica y rechazo.

Una primera línea argumental es la que concibe la representación como una sustracción al pueblo de su derecho a participar. En palabras de Innerarity (2015: 276), “nos ha seducido la idea de que democratizar es desintermediar”. Tendencia apreciable, según Naím (2013: 135) “en la utilización cada vez más frecuente de los referendos”. La



idea no es nueva. Según Rousseau (2007), la soberanía reside en el pueblo, no en la nación. Cualquier asamblea que pretenda representarlo, usurpa la soberanía popular. En “El contrato social” imagina al pueblo reunido en asamblea legislando, ejerciendo sin intermediarios la soberanía. Otros pensadores habían desarrollado el principio de soberanía popular. Pero él teoriza que esa soberanía no puede delegarse: debe permanecer en manos de la colectividad, debiendo el pueblo, por sí mismo, legislar y sometiendo al gobierno a un rol de simple ejecutor o comisionado de sus mandatos imperativos, bajo pena de destitución. Rechaza la representación, a la que llama esclavitud (y a los representantes, tácitamente, vendepatrias), por ficticia, en la medida en que no “representa”, no hace presente al que está ausente. Asimismo Claeys (1989) dice que Godwin se oponía al establecimiento de asambleas permanentes de representantes, bajo el argumento de que los haría perder su capacidad de juicio individual sobre los temas.

Esa sospecha sobre el interés de las élites en impedir (mediante la representación), la participación del pueblo, está justificada. Hermet (2008) explica que, aunque temían y despreciaban al pueblo, los inventores de los regímenes representativos apelaron a la soberanía del pueblo para desacreditar la legitimidad de los reyes. El sufragio universal no nació de la persecución de los ideales que supuestamente lo inspiran (igualdad, participación) sino de un cúmulo de circunstancias de *realpolitik*. Es más, la principal preocupación de los regímenes representativos que nacieron de la Ilustración era impedir que la mayoría del pueblo tuviese influencia efectiva y que accediese a una ciudadanía que no fuese meramente nominal. Lo mismo dice Przeworski (2010: 39-50): “la democracia no fue hecha por demócratas”. Sus fundadores invocaron ideales que más bien “eran una racionalización de sus intereses”, pues “las instituciones que crearon protegían sus privilegios”. En realidad “temían a los excluidos” y “querían que las instituciones que creaban protegieran la propiedad”. La desconfianza “hacia la voluntad cruda del pueblo condujo a restricciones en relación con sus derechos políticos y a controles institucionales contra la voluntad del pueblo”.

Existiendo ese recelo hacia la representación política y estando justificado (al menos desde una perspectiva de historia de las instituciones), no es de extrañar que la revolución de Internet y, en general, de las tecnologías de la información y las comunicaciones, esté presionando esas contenciones institucionales a la participación popular. Por ejemplo, Hubard (2014) explica el malestar presente a partir del rechazo de los individuos en la era digital a ser representados. Y Gutiérrez-Rubí (2011) argumenta

que “son los propios ciudadanos los que se dan cuenta que pueden actuar políticamente por sí mismos, gracias (...) al poder de la comunicación intensiva e inmediata de la red” (2011: 126). Y luego, recuperando una frase de Joichi Ito (que inspiró su libro), lo cita: “el voto es una manera muy pobre de saber lo que la gente quiere. En el pasado era la única forma de recoger la opinión popular, pero la gente ahora puede hablarte directamente a través de las redes sociales. Creo que las voces serán más importantes que los votos” (2011: 154).

Un fenómeno que, además de una dimensión sociológica y tecnológica, tiene otra cultural o filosófica: para Galindo (2015: 9-20) la actual “pasión anti-institucional”, transparente en las “manifestaciones sociales contemporáneas que reclaman y ejercen política más allá de los sistemas constituidos de representación”, nutre y se refleja en cierta “filosofía política contemporánea”<sup>176</sup> que cuestiona la “simbiosis” del Estado y el sistema capitalista, que él denomina “pensamiento impolítico”. Categoría que engloba “una constelación de argumentos sobre la política”, que sostienen una crítica absoluta y negadora de cualquier mediación institucional. El “criterio de impoliticidad apunta fundamentalmente al cuestionamiento radical y consiguiente superación de las mediaciones modernas (...) de las mediaciones *tout court*”. Una “omniabarcante problematización de nuestras mediaciones: praxis, procedimientos e instituciones”, “desde los procedimientos y protocolos para elegir gobierno, configurar leyes o impartir justicia, hasta los programas de administración de bienes comunes”, todo ello sin que, ni siquiera, se pretenda “apropiarse” de esas mediaciones o replantearlas<sup>177</sup>, lo que permite hablar de “cierta lógica apocalíptica y desesperanzada en los discursos filosóficos impolíticos”. Renuncia (el pensamiento impolítico) a ofrecer respuestas a la pregunta de qué puede hacerse, “renuncia a contribuir a la implementación de alternativas políticas reconocibles y cuestiona de manera general todo proceso de institucionalización de mediaciones, prefiriendo en cambio instalarse en la sola deconstrucción”. En suma, “es más nihilista que posibilista, más deconstructora que constructora, más negadora que afirmadora”. Por eso, a pesar de su radicalidad crítica, se trata de un abordaje de la política en cierto sentido conservador, pues tiene por efecto “que la política se deje en manos de los políticos”, mientras la filosofía se limita a “reflexionar sobre lo político”. Rosanvallon

---

<sup>176</sup> Analiza las obras de Giorgio Agamben, Alain Badiou, Roberto Esposito y Jean-Luc Nancy.

<sup>177</sup> Sin embargo, “por su propia sintaxis, lo impolítico evidencia ser también político; no algo trascendente, no lo-otro de lo político, sino algo que le es interno; no tanto la negación de lo político, cuanto su lado negativo” (2015: 27).

(2007: 247-249) lo expresa con insuperable plasticidad: ubicada la política y los políticos “en una posición de exterioridad respecto de la sociedad (...) el ciudadano se ha transformado en un consumidor político cada vez más exigente, renunciando tácitamente a ser productor asociado del mundo común”. De modo que “la radicalidad es en adelante simplemente el dedo acusador que denuncia, el cuchillo que remueve de manera permanente las heridas del mundo y ya no el cañón que busca tomar por asalto la ciudadela del poder a través de una batalla decisiva”.

Innerarity (2015) advierte las ambigüedades de esa tendencia hacia la “desintermediación”, por ejemplo mediante las redes sociales. Sus entusiastas creen que gracias a internet pueden lograrse decisiones democráticas sin necesidad de la mediación política, como si en los procesos decisorios solo fuera importante la suma de voluntades y pudiera prescindirse de los espacios y procedimientos de deliberación, cuya supresión, más bien puede facilitar que el poder se ejerza de manera más despótica<sup>178</sup>. Quienes critican la función de filtro de los partidos por falsificar la realidad social, ignoran que “en la sociedad civil hay desequilibrios de poder en los grupos que compiten (...) que podrían ser todavía más desfavorables para los débiles si tuviéramos un espacio político más desregulado” (2015: 53-57). Esta tendencia contraria la intermediación conciliadora de la política puede apreciarse también en la buena fama de que hoy gozan los plebiscitos y los referéndums, pues le permiten a los ciudadanos “hacer valer su voluntad, sin filtros ni modulaciones deliberativas (...) son instrumentos de carácter apolítico y si gozan de mayor prestigio del que se merecen es porque forman parte de ese tono general de democracia sin política” (2015: 228). Paradójicamente, “desde la autonomía de los mercados autorregulados (...) o desde la soberanía de una sociedad constituida al margen de los procedimientos de representación institucional (...) celebran la sabiduría de las masas como agentes del mercado o como miembros de la multitud (...) en el fondo la ilusión de una sociedad autogobernada sin mediaciones institucionales (...) se distingue muy poco del mito liberal de la autorregulación de los mercados” (por eso concluye que al igual que la izquierda radical, “el neoliberalismo es una ideología antipolítica”) (2015: 223).

Otro factor de crítica hacia los políticos son las diversas acusaciones de que constituyen un grupo privilegiado, en alusión, usualmente, a su remuneración. Alcántara (2012a: 158) da cuenta del extendido repudio a que se perciban ingresos económicos

---

<sup>178</sup> Para una crítica al “optimismo e-democrático” y sus limitaciones, véase Rosanvallon (2007: 78-82).

como contraprestación por labores políticas; Botella (Vallès y Ballart, 2012) califica la supuestamente abusiva remuneración de los políticos como un prejuicio; y Pradera (2014: 106) dice que se trata de un tema en el que los políticos llevan las de perder, pues “las críticas miserabilistas sobre las remuneraciones de los políticos, lanzadas por puritanos auténticos o fingidos, ocupan siempre un lugar en la estrategia general de desprestigio de las instituciones democráticas”. En cualquier caso, no es algo nuevo. Ya Weber (2007: 67-70) comentaba la famosa distinción entre quienes viven “de la política” y quienes viven “para la política”, advirtiendo que lo segundo, si bien goza de mejor aprobación social, implica el “reclutamiento plutocrático de los dirigentes políticos”. De hecho considera que un clasismo aristocrático es el origen del escrúpulo por cobrar por la defensa de ideas. Vargas Llosa (2012) más bien estima que en la baja remuneración de los cargos reside una de las causas del deterioro en la calidad de la representación política.

Un tercer elemento presente en la crítica y rechazo hacia los políticos es la desconfianza, el sentimiento de traición provocado por la corrupción y la mentira en la praxis y en el discurso político. Rosanvallon (2007) ha desarrollado la teoría más completa para comprender la desconfianza hacia los políticos en las actuales democracias representativas. Parte del hecho de que los representantes electos, además de la legitimidad que les confieren las urnas, arrastran necesariamente la desconfianza de sus conciudadanos. Esta tiene una expresión liberal (la limitación del poder mediante la ingeniería constitucional) y una expresión democrática, dirigida a velar por que el poder esté al servicio del bien común. Esa expresión democrática de la desconfianza, articulada en tres “contrapoderes”, es lo que llama “contrademocracia”, que no es lo contrario a la democracia sino la democracia de la desconfianza organizada (con instituciones diseminadas en todo el cuerpo social) frente a la democracia de la legitimidad electoral (2007: 30-35). Los contrapoderes los divide en: **1)** Los poderes de control (entre ellos la prensa), que desarrollan la participación política mediante la vigilancia, la denuncia y el reclamo por la transparencia, y que debido al valor creciente de la reputación y al peso de la vergüenza, constriñen a los políticos en su accionar. **2)** Los poderes de obstrucción, incluida la oposición política y todas las herramientas de veto, rebeldía y resistencia civil, así como la realidad de la “deselección” (actualmente en las elecciones no triunfa el candidato en el que más se confía, sino el indirectamente beneficiado por la mayor desconfianza que genera otro, lo que incentiva campañas de denigración entre los contendientes), entre otras expresiones de la “soberanía de obstrucción” y la “democracia

de rechazo” (2007: 125, 173). **3)** Y la puesta a prueba a través del juicio, en la que “el pueblo juez” (2007: 189), a la hora de participar en la política, encuentra mayor satisfacción psicológica y percibe mayor eficacia, en el acto de juzgar que en el de votar, en el acto de imputar y revocar el mandato que en el de sumar su voluntad a favor de un proyecto político, lo que alimenta el conocido fenómeno de judicialización de la política.

Para el autor, esta contrademocracia, que siempre ha acompañado de manera funcional a la democracia, actualmente está sofocándola en la que llama la “era de la desconfianza”. Una creciente desconfianza que es científica (debido a la pérdida del optimismo tecnológico, la sensación de riesgo frente al porvenir y la paradójica dependencia de, y desconfianza hacia, los técnicos), económica (por ser la economía cada vez más compleja y abierta, lo que provoca una incapacidad de previsión sobre su comportamiento así como la impotencia de las políticas públicas para encararla) y sociológica (manifiesta en el mayor distanciamiento y desconfianza hacia los otros por falta de conocimiento). En ese contexto se radicaliza de forma “patológica” la democracia de control, la “soberanía negativa” se consume en su inmediatez, y se exagera de forma destructora la idea de “pueblo juez”. El resultado es lo que el autor llama “impolítica”<sup>179</sup> (que identifica con el populismo), que en su versión extrema es la “antipolítica acabada” o la “contrademocracia absoluta”: el sometimiento de los gobernantes a una crítica “que se transforma en este caso en estigmatización compulsiva y permanente (...) hasta el punto de convertirlos en fuerza enemiga, radicalmente exterior a la sociedad (...) radicalmente extranjeros a los ciudadanos”, a los que se sume en una pasividad política que se experimenta como un hartazgo impotente (2007: 258-261).

Esa desconfianza se ve alimentada por el fenómeno (considerado en el capítulo I) de la mediatización política, debido a una de sus características distintivas: “la política del escándalo”. Castells (2009: 327, 376-377), al analizarla, advierte que tiene una preponderancia superior a la que tuviera en cualquier otro momento histórico y señala su impacto: la mayoría de ciudadanos de todo el mundo desprecian a los políticos y partidos, y creen que “no representan la voluntad popular”. Así, la confianza pública “ha disminuido sustancialmente en las tres últimas décadas” porque “la percepción de la corrupción es el principal predictor de la desconfianza política”. Para Innerarity (2002: 13) este fenómeno está relacionado con la moralización de la política (sobre todo por parte de empresarios, jueces y periodistas), debido al “agrado con que son recibidos los

---

<sup>179</sup> Cuyas otras dimensiones ya se comentaron en los apartados 1 y 2 de este capítulo.

mensajes simplistas en un mundo abrumado por la complejidad”. Vargas Llosa (2012), en cambio, lo apunta como un rasgo de la “civilización del espectáculo”: el divertimento con la destrucción de la ejemplaridad pública, labor en la que atribuye un papel protagónico al periodismo. Se comprende, entonces, que, como dice Naím (2013: 120) se esté tornando cada vez más “efímero” el “sentimiento de prestigio que el poder confiere”.

Contribuye a lo anterior, también, la naturaleza misma del régimen democrático. Buena parte de las filtraciones a la prensa son fruto de la “delación política”, según Gutiérrez-Rubí (2011: 40), y si bien no consisten en conductas delictivas, golpean la coherencia entre la escenificación de la política y lo que ocurre tras bambalinas, y “esta disfunción entre lo que se piensa, se dice y se hace, deteriora enormemente la credibilidad de la política”. Igualmente Innerarity (2015: 166) lo relaciona con la competición electoral, pues hace de la política un oficio en el que “el éxito suele ser escasamente reconocido, mientras que el fracaso es amplificado por un gran número de actores que tienen algo que ganar adoptando una actitud cínica”<sup>180</sup>. Del mismo modo Uriarte (1998), al explicar por qué los políticos no construyen una imagen gremial positiva (que contraste con la difundida por la prensa), señala que no tienen conciencia de grupo diferenciado con intereses y objetivos comunes. Aunque incurren en acciones corporativistas, tienen claro que su éxito no depende de la unión sino de la lucha fratricida. Eso, y que asuman “lecturas populistas” para acercarse a los ciudadanos, hace que acepten la imagen ya establecida de la política como perversa (eso sí prometiendo su regeneración). Gutiérrez-Rubí (2011), aunque celebrándolo, lo constata (aunque lo atribuye a la situación presente y no a una dinámica propia del oficio, como lo hace Uriarte): “el descrédito de la política formal y el deterioro de la reputación de sus representantes puede dar pie a la ruptura de la cultura corporativa que protege y preserva el estatus laboral o profesional de nuestros representantes políticos. La ley del silencio cómplice (...) se rompe” (2011: 37).

Por otra parte, como Hermet (2008: 173) concluye, “lanzar un anatema contra el personal político clásico (...) hacer responsable de todos los males al conjunto de la clase política, al estilo del antiparlamentarismo vulgar”, es seña de identidad del populismo. Schedler (1996: 296-297) (aunque discrepe de que el concepto “populismo” describa

---

<sup>180</sup> Lo cual se agrava si se considera que, como apunta Naím (2013: 135), hoy “votamos más a menudo. Mucho más a menudo. Esta es una gran tendencia de la vida cívica en el último medio siglo”. Una “hipercompetencia” política (2013: 161).

adecuadamente el fenómeno y prefiera hablar de “antipolítica”<sup>181</sup>), dice que este discurso los representa a todos deficientes cognitiva y moralmente. Son incompetentes, están en un “estado de ignorancia irreparable”, todo lo opuesto a los antipolíticos, en “íntima conexión con las fuentes de la intemporal sabiduría popular”. Los políticos son corruptos, dirigen sus esfuerzos solo a venderse a la gente y en perseguir sus intereses egoístas. Su insinceridad escenifica un “teatro cínico”, un “mundo de fachadas”: “ellos mienten rutinariamente y hacen sus promesas solo para romperlas después”. Este discurso (que para el autor abunda en falsas inferencias, conclusiones descuidadas, etiquetas globales y falacias inductivas) se basa sobre “una sistemática sobregeneralización”: cada suceso negativo es interpretado como prueba irrefutable del fracaso de la clase política. La convicción de fondo es que “la política es una actividad sucia, un espacio social contaminado”.

Las mentiras, la fachada, la insinceridad, apuntadas por Schedler, son de la mayor relevancia en este tema. Innerarity (2015) rastrea esa “vieja sospecha hacia la elocuencia” de los políticos y su desprecio como un “arte innecesario y embaucador”. Ya desde Platón el temor a la demagogia alimenta la desconfianza hacia la política. Insiste, sin embargo, en que un aspecto esencial del oficio de político es persuadir a los demás y que eso es algo que puede confundirse con engañar. Sobre todo si no se ha reflexionado sobre el significado de la verdad en la política. En ese sentido, advierte que “quien desconfía en exceso de la retórica es porque confía demasiado en la verdad”. Personas que creen que es un insulto a la verdad el requerirle que sea convincente, pues es tan importante y debería resultarles a los demás tan evidente, que no requiere estrategias de comunicación para imponerse. En síntesis, “una idea objetivista de la verdad”. Además de entrañar una ingenuidad, esta concepción de la verdad sostiene el desprecio a la política como “pura verborrea” y la convicción de que lo mejor sería sustituirla por un régimen en el que “no

---

<sup>181</sup> Es una importante (aunque ajena a esta tesis) discusión terminológica. Para Rosanvallon (2007), la antipolítica es una dimensión usualmente ignorada del populismo: la contrademocrática. Y lo es cuando esta deviene, de forma exacerbada, en impolítica. En cambio para Schedler (1996: 291) es inadecuado confundir, como suele hacerse en ciencia política, a los partidos antipolítica con partidos populistas. Esa “brocha gorda” de llamarlos populistas hace que se pierda de vista el objetivo distintivo de estos partidos. La antipolítica, argumenta este autor, comparte con el populismo el “resentimiento” contra el *establishment* y la élite, pero esa similitud es superficial y parcial. La antipolítica le declara la guerra a la clase política, el populismo usualmente posiciona como “Otro amenazante” a la élite económica. El populismo ha sido más anti-oligarca, anti-capitalista y anti-imperialista que antipolítica.

se discutiera (...) donde se obedeciera a la realidad (...) a los detentadores de la interpretación correcta de la realidad”<sup>182</sup> (2015: 114-115).

El error consiste en no comprender que “la democracia es un régimen de opinión y no un conflicto de verdades a la búsqueda de ratificación científica”. Es más bien un combate por la interpretación de los acontecimientos según distintas orientaciones ideológicas y en función de determinados intereses en pugna. Por eso “es normal que en la política los agentes valoren de manera distinta los mismos hechos y concluyan qué es lo correcto de manera también distinta”. Además, la negociación política, cuando es exitosa, conquista “decisiones suboptimales”, nunca satisfactorias para los militantes más fervorosos o los llevados a error por la elevación de expectativas que la competición política incentiva a propiciar a los políticos (2015: 156). Asimismo, los políticos no dicen la verdad muchas veces “porque sencillamente no hay una verdad simple que contar (...) juzgarlos con este parámetro entendido a la manera de una adecuación a la realidad objetiva es una tosca simplificación”. El problema de la verdad y la mentira en política, en lugar de moralizarse, debería analizarse en el marco de la dinámica creada por “la complicidad de unos políticos mendaces, una ciudadanía que no siempre quiere que le digan la verdad y unos medios de comunicación que destrozarían a quien dijera la verdad” (2015: 124-126).

Ortega y Gasset (1974<sup>183</sup>) va más allá. Sostiene que la desilusión con (y el juicio contra) los políticos (aparte de las razones ya consignadas en “España invertebrada” y “La rebelión de las masas”), nace de la pueril confusión entre el “ideal” de político (creado en la mente de las personas) y el arquetipo de político (extraíble de la realidad). Atendiendo a este último, encarnado en Mirabeau, concluye que la falta de virtud moral convencional es un rasgo de todos los grandes políticos y lo teoriza como una distinta “perspectiva moral” del “pusilánime” (hombre común) y el magnánimo (gran político) (1974: 21). Así, reconoce que “al intelectual de casta le sobrecoge siempre ese don de la mentira que posee el gran político”, pero en su opinión, “cuando el político miente, en rigor no miente porque no está íntimamente adscrito a nada determinado (...) el gran político lo ve todo en forma de asa” (en alusión al uso instrumental de las palabras y las ideas) (1974: 43-46). En el mismo sentido Jeambar y Roucaute (1990), recuperando el

---

<sup>182</sup> Nótese la estrecha relación entre este desprecio de la política sobre la base de una concepción objetivista de la verdad, y la acción directa y la acusación de la política como pérdida de tiempo, recogidas en el apartado 2 de este capítulo.

<sup>183</sup> La primera edición es de 1927.



consejo básico de Maquiavelo al príncipe, lo afirman y justifican: el éxito político (no solo para los políticos en tanto actores con aspiraciones personales, sino con miras a la conquista de objetivos colectivos valiosos), requiere la negación de la palabra dada y la traición tanto a adversarios como a correligionarios.

Es frecuente, también, que las promesas de los políticos sean percibidas luego como mentiras, no porque no quieran cumplirlas sino porque no pueden. Hermet (2008) dice que hoy los políticos provocan una desconfianza inédita (el único precedente para él fue de 1875 a 1895, la época de los escándalos generalizados y el antiparlamentarismo furibundo). Los electores ya no les hacen caso a sus aseveraciones, rápidamente desmentidas por el curso de los acontecimientos, haciendo de la incredulidad la nota dominante. En el mismo sentido Innerarity (2015: 126) señala que “es muy frecuente que después de haber hecho una promesa, la realidad, es decir, la relación de fuerzas, el contexto limitante, impida o condicione su realización”. Y ello se debe, explica en otra obra (2002: 11-12), a que “nunca fue la política tan impotente. La capacidad configuradora de la política retrocede preocupantemente en relación con sus propias aspiraciones y con la función pública que se le asigna (...) el actual cansancio político no surge de un desinterés por el bien público sino de la desesperanza de poder hacer algo con la política tradicional”.

Muy vinculada a la impotencia de la política (como una causa de esta) está la llamada “pérdida de la espacialidad”. Revelli (2015) profundiza en la que es, además, otra causa de la pérdida de representatividad de los políticos, mencionada también (con otros nombres) por otros autores: la “metamorfosis espacial”<sup>184</sup>. La relación entre electores y electos está rota porque se está desmoronando la ubicación espacial (y sus confinamientos) sobre la que se construyó la política moderna. Esa sería la base de la “oleada de desconfianza que atraviesa transversalmente (...) las sociedades políticas occidentales”. Una “revolución espacial” basada en la “divergencia entre contigüidad física y contigüidad social”, que ha roto “los lazos de unión que hasta el momento vinculaban a hombres y territorios a sus formas de representación”, porque, entre otros efectos, dificulta cada vez más identificar al titular del mandato (2015: 62-65). No es solo que se haya difuminado el alineamiento partidario de clase, es que ya ni siquiera es seguro

---

<sup>184</sup> Para Revelli, el “extravío espacial de lo político” tiene entre sus síntomas la “ocupación mediática del espacio político”, tema relevante del primer capítulo. La “absorción, prácticamente total y absoluta, del espacio tradicional de la política por el espacio electrónico de los medios”, es lo que la mayoría de autores llama hoy la mediatización de la política (2015: 67-71).

que pueda identificarse, por ejemplo, un “barrio obrero”. ¿A quién representan entonces los que, en teoría, representan al pueblo? A un “pueblo inencontrable” contestaría Rosanvallon, para quién la crisis de representación actual obedece, en parte, a lo “ilegible” que se han vuelto las sociedades. Esa pérdida de una ubicación compartida, teorizada por Revelli, la diagnostica también Innerarity cuando dice que “los instrumentos clásicos del gobierno, ya no sirven para una sociedad radicalmente desordenada e inordenable” (2002: 16) y que “la lógica de los flujos es más fuerte que la lógica de los lugares”<sup>185</sup> (2015: 48).

Lo anterior guarda relación con una de las causas señaladas por Vallespín (2012) para que los políticos “mientan” a sus electores: mientras la base de su legitimidad sigue siendo local y político electoral, la base de las decisiones que condicionan sus mandatos está más allá de sus estados nacionales y su supuesta tecnicidad es indiferente a qué tan populares o impopulares sean (tema sobre el que se profundizó en el apartado 2 de este capítulo). Es lo que Colomer (2015) llama “el dilema de los políticos” en el mundo actual, sintetizado por la confesión de Jean Claude Juncker: “todos sabemos qué hacer, pero no sabemos cómo conseguir ser reelegidos una vez lo hayamos hecho” (2015: 135). Ello agrava otros factores (señalados más arriba) que rompen el lazo representativo: la desconfianza y la percepción de que los políticos, en realidad, son impotentes para hacerse cargo de lo que en el relato democrático se supone que se hacen cargo. Es comprensible, entonces, que a “consecuencia de la pérdida de potencia efectiva en la formación de políticas por los estados, los partidos en el poder (...) pierden elecciones con una frecuencia más alta que nunca”. Para el autor, si la “política basada en el estado (...) se mantiene vociferando”, posiblemente lo hace “con la intención de ocultar su decaimiento real”, pues en realidad incluso los partidos son cada vez “menos capaces de presentar propuestas políticas diferenciadas” (2015: 136) Por eso considera “asombroso” “el espectáculo de los políticos manteniendo sus discursos, su retórica, sus gestos (...) mientras ignoran o fingen ignorar el fondo de su impotencia colosal” (2015: 152). Algo que ya había dicho Innerarity (2002: 12): “las tareas de la política se han modificado en este último cuarto de siglo de un modo dramático, mientras que los políticos apenas han transformado su discurso, talante y actuación”.

---

<sup>185</sup> La democracia de partidos “representaba una geografía sólida” que ya no existe, pues actualmente “las funciones sociales se vuelven evanescentes y las identidades precarias” (2015: 48-49).

Es un punto en el que insiste Colomer (2015): la “mayor globalización de la economía (...) está disminuyendo tanto la capacidad de los gobiernos estatales para hacer frente a las crisis como el apoyo subsiguiente de los votantes” (2015: 143). Los políticos son los perdedores del cambio: “mientras que la política de consenso es más amplia que en décadas anteriores, se puede observar una ola general de creciente desconfianza en los políticos electos” (2015: 144). La constatación de que “tener un gobierno con partidos de derecha o de izquierda no cambia mucho las cosas en la práctica” y de que los gobiernos están muy limitados en sus decisiones por el cumplimiento de obligaciones internacionales, explicita “la banalidad del poder”, pues torna más visible “la cruda ambición de los políticos”. Las motivaciones relevantes entre los actores políticos son, a su juicio, la ambición de poder, la satisfacción de la vanidad y la búsqueda de riqueza. Sin posibilidades de conquistar y exhibir “logros significativos en las políticas, la búsqueda del interés privado y la insaciable codicia (...) emergen claramente” (2015: 150-152).

Si los políticos no tienen poder real para otra cosa, ¿está desenfocado el malestar ciudadano contra ellos? Innerarity (2015: 31) critica las *performance* como “rodea al Congreso”: “¿No habría que rodear más bien (...) a los poderes económicos o mediáticos (...) para que el Parlamento ejerciera las funciones que esperamos de él (...)?”. Colomer (2015), en cambio, niega que ello signifique que la ira popular está erróneamente dirigida (hacia gobiernos que, en realidad, poco pueden hacer para enfrentar decisiones de organismos supranacionales o dinámicas de la economía globalizada), sino que es justamente la conciencia de esas limitaciones la que hace que la ciudadanía vea las propuestas de los políticos como poco creíbles. Además, si los votantes “no pueden dirigirse a los tomadores de decisiones responsables de la crisis económica, ¿por qué deberían abstenerse de castigar a los que puedan tener a mano (...)”? A falta de “mecanismos institucionales adecuados para dirigir su desconfianza hacia objetivos más apropiados” ejecutan el “ritual del chivo expiatorio” (2015: 144-145). Además, como dice Mair (2013: 23), “es fácil sentir desprecio por aquellos que siguen reclamando privilegios a cambio de funciones que ya no cumplen”.

Finalmente, la desconfianza hacia los políticos se alimenta también de la imprevisibilidad del mandato (no imperativo) y, en general, el recelo por emancipación de la clase política. Weber (2007: 113-115) explica que el proceso de profesionalización de la política es, a la vez, el proceso mediante el cual los funcionarios asalariados de los

partidos y los líderes carismáticos, le disputaron y ganaron el control de las organizaciones políticas a los capitalistas, consiguiendo un creciente grado de autonomía. La democratización del sufragio acarrió la pérdida de poder de los aristócratas y notables dentro de las organizaciones políticas, lo que redundó en más poder para los funcionarios del partido, e impulsó la profesionalización de la política. Aun así, el político profesional continuó siendo “despreciado en la buena sociedad”. Los “grandes magnates financieros”, por ejemplo, entregaban sus aportes a uno de los suyos, “no lo confiarían a ningún funcionario del partido a sueldo”. Estos círculos acaudalados eran recelosos frente al intrusismo de los ajenos a su mundo social (por considerarlos “peligrosos para sus fuentes de poder y dinero”), pero “en la lucha por ganarse el favor de los electores” tuvieron que aceptar candidatos carismáticos (a pesar de la “hostilidad totalmente pequeño-burguesa hacia los líderes” políticos). En lo que respecta a América Latina, en el primer capítulo ya se mencionó el apunte de Alcántara (2012), según el cual la propiedad concentrada de los medios está en manos de élites tradicionales que han mostrado un interés histórico por impedir la emancipación de una casta política que asuma el control del Estado, recelo que allí ha derivado, también, en la instrumentalización que las oligarquías han hecho de los militares y los tecnócratas, contra los políticos.

Pero aún los ciudadanos ajenos a esas oligarquías pueden sentir apremio por lo imprevisible que resulta el accionar político de sus representantes una vez que los han votado. En palabras de Rosanvallon (2007), como nada garantiza que el electo hará lo que el elector espera, se ha desacralizado el significado de la elección, reduciéndola a método de designación. Explica que esa es una razón por la que el pueblo-juez y el pueblo-opinión están adquiriendo mayor preponderancia frente al pueblo-elector. El temor a ser traicionado hace que psicológicamente se busquen formas menos “riesgosas” y de eficacia más directa, de participación política. Esa desconfianza excitada por la incapacidad de los electores para controlar a los electos, puede agravarse, según Maravall (2013), en los sistemas parlamentarios que favorecen los gobiernos de coalición resultantes de pactos que, necesariamente, modifican aspectos del programa electoral ofrecido en la campaña, todo lo cual, agrega el mismo autor en otra obra (Maravall, 2003), mina la capacidad de los ciudadanos de control sobre los elegidos.

## 5. BALANCE GENERAL:

En el rechazo y crítica a los gobernantes y al Estado, es determinante la concepción de la sociedad civil como algo separado, distante y opuesto a las autoridades públicas. Un organismo, además, lleno de virtudes, anterior al Estado y (casi) capaz de autorregularse. Solo residualmente (en consideración de ese “casi”) se requieren autoridades públicas. Estas son vistas como enemigas de la libertad, opresoras, onerosas, opacas e incompetentes. Curiosamente no concitan el mismo rechazo otro tipo de autoridades distintas de las públicas ni pareciera existir el mismo apremio hacia la amenaza que otros poderes, distintos del político o estatal, pudieran representar para la libertad de las personas.

En el rechazo y crítica a la política, es determinante la concepción de esta como algo impuro y lento. La política es vista como enemiga de los grandes ideales, principios y proyectos, así como de la gestión técnica eficiente. Desde ambas polaridades, repugna la negociación política que impide ya la aplicación total de verdades y principios, ya de conocimiento incuestionable, de modo que se acusa a la política de propiciar conductas pusilánimes o inconsecuentes, así como de falta de sustento técnico y científico en su quehacer. Curiosamente la que se rechaza es la actividad política formal (en el marco de los procedimientos e instituciones democráticas) pero no otras formas de acción política, como la de los movimientos sociales, las plataformas ciudadanas, las recolecciones de firmas para causas concretas, determinadas formas de periodismo o la investigación de los *Think Tanks*.

En el rechazo y crítica a los partidos políticos, es determinante una concepción ingenua (no problematizada) del bien común, de la verdad y de la justicia y, por consiguiente, una concepción de los partidos políticos como facciones opuestas a la unidad nacional (una unidad sobre la base de lo correcto y lo veraz). Los partidos son vistos como divisivos, orientados por intereses particulares contrarios a un supuesto interés general. Es su mezquindad y propensión al conflicto la que obstaculiza la armonía social (su misma existencia implica la institucionalización del conflicto). Curiosamente lo que se rechaza son estas asociaciones políticas (constitucionalmente habilitadas para postular candidaturas a los cargos de elección popular) y no otras formas de asociacionismo u organización social con influencia pública, como los sindicatos, cámaras empresariales, ONGs, iglesias o los *lobbys*.

En el rechazo y crítica a los políticos es determinante su concepción como diferentes, lejanos e incluso opuestos, a los ciudadanos “normales” o “de a pie” (que

pueden ser intelectuales, trabajadores o emprendedores, de renta alta, media o en condición de pobreza, pero siempre víctimas en algún sentido de los políticos). Los políticos (que, en tanto “clase”, también resultan homogenizados) son vistos como mentirosos, traidores, impotentes, y privilegiados, en cualquier caso incapaces de representar los intereses de “la gente”. Curiosamente el peso de la desconfianza y el reproche social cae sobre los políticos profesionales, no en la misma medida que sobre políticos amateurs, líderes comunales o “caudillos mediáticos”<sup>186</sup>.

De lo anterior puede colegirse que la crítica y el rechazo que genera (en términos generales) la política obedece a que: **1)** A las personas no les agrada que otros las limiten y les ordenen. **2)** A las personas no les agrada que sus criterios técnicos, convicciones ideológicas, intereses, valores e ideales, se posterguen, negocien o cedan frente a los de otros. **3)** A las personas no les gusta la incertidumbre, no saber qué es verdadero y qué es falso, y no saber qué les espera. **4)** A las personas no les agrada que otros las representen porque eso conlleva la angustia de ser traicionado. En suma, que el desagrado hacia la política está estrechamente relacionado con dos pulsiones atávicas, la hostilidad y el miedo, insuperablemente expresadas por Jean-Paul Sartre (“el infierno son los otros”<sup>187</sup>) y por Jorge Luis Borges (“no nos une el amor sino el espanto”<sup>188</sup>), o, con otros matices, por Arthur Schopenhauer en la fábula de los puercoespines en invierno. El mundo de la política encarna todo eso que tanto disgusta: limitación de la voluntad y sometimiento a la autoridad; obligación de esperar, convencer y transigir; inexistencia de un fundamento sólido e incuestionable que dé sentido a una acción colectiva unitaria; y necesidad de confiar en que otros se ocupen de asuntos que afectan importantes valores e intereses personales. Todo lo cual se agudiza con la secularización de las sociedades, el surgimiento de nuevos sujetos políticos, de nuevas voces y reivindicaciones, la mediatización de la política con su énfasis en los escándalos, la negatividad que incita la competencia electoral, la deslocalización de las decisiones políticas y la ruptura de la espacialidad intensificadas por la globalización (sin olvidar la crisis económica iniciada en 2008).

Dentro de la globalidad de ese rechazo hacia la política como institución, debe contarse, también, un comportamiento reactivo que esa hostilidad y ese miedo provocan: el deseo de encontrar (y la defensa de su validez cuando se cree haber encontrado)

---

<sup>186</sup> En el sentido dado por Ortega (2007 y 2011) al término, según se consideró en el capítulo I.

<sup>187</sup> Es una conclusión de sus estudios sobre la mirada en “El ser y la nada”. Análisis que se inserta en el contexto del “estar-con”, esto es, del encuentro con el otro, de la convivencia.

<sup>188</sup> Es un verso de su poema “Buenos Aires” en el que expresa aquello que amalgama su vínculo, en tanto individuo, con esa gran urbe.

dispositivos neutrales (la ciencia económica, la ciencia jurídica, los derechos humanos, la Verdad revelada, el materialismo histórico, etc.) para evitar la (riesgosa) contingencia y subjetividad de la política, para tener una razón en virtud de la cual asegurar o poner fuera del alcance de los otros, aquellos aspectos de la vida que se consideran más valiosos. Esto significa que las expresiones de valoración negativa de los políticos, la política, los gobernantes y los partidos, adquieren una más definida intencionalidad política cuando diversas élites (capaces de crear sentido y articular discursos grupales) las acompañan de esa defensa de fueros “no políticos” para la decisión sobre determinados ámbitos o asuntos.

De modo que en la crítica y rechazo a los políticos, los gobernantes, los partidos y la política, confluyen un conjunto de creencias que han sido compartidas por distintos grupos sociales (y reproducidas por sus élites a través del discurso) a lo largo de la historia. Pero el interés de las élites que han instrumentalizado esas creencias ha sido, básicamente, retirar o sustraer asuntos del debate y la negociación política (independientemente de que tan amplia o restringida fuera el acceso a esta en cada contexto) para someterlos a su control; es decir, quitarle ese poder de decisión a los operadores profesionales de la política para ponerlo en otras manos (normalmente las suyas u otras que puedan controlar). En las democracias representativas (en las que una parte de esa clase política está compuesta por representantes populares y los órganos del Estado y la ley derivan su legitimidad de la soberanía popular) esto implica retirar esos asuntos de la esfera de control del *demos*, con lo que la ciudadanía pierde libertad para decidir sobre esos ámbitos de la vida de la *polis*. Mair (2013: 22) lo explicita: “Estamos asistiendo a la aparición de una idea de democracia a la que se está despojando de su componente popular, alejándola del *demos*”. Esas apelaciones y el interés que encubren, son los siguientes:

- X no está sujeto a debate/negociación/decisión política, sino a exigencias de orden público y seguridad nacional (más poder para los militares, policía y ejecutivos).
- X no está sujeto a debate/negociación/decisión política, sino al curso de la Historia/necesidades del proceso histórico (más poder para la vanguardia revolucionaria).
- X no está sujeto a debate/negociación/decisión política, sino a lo que dice la Verdad revelada (más poder para los líderes religiosos).

- X no está sujeto a debate/negociación/decisión política, sino a lo que expresa la opinión pública (más poder para los medios de comunicación y sus profesionales).

- X no está sujeto a debate/negociación/decisión política, sino a lo establecido en la Constitución y los Derechos Humanos (más poder para los tribunales constitucionales).

- X no está sujeto a debate/negociación/decisión política, sino a lo que dictan los mercados o la ciencia económica (más poder para las agencias calificadoras, los organismos financieros internacionales, tecnócratas, especuladores, etc).

- X no está sujeto a debate/negociación/decisión política, sino a lo que manifiesta el pueblo en las calles (más poder para los caudillos populistas y líderes de movimientos sociales).

- X no está sujeto a debate/negociación/decisión política, sino que se gestiona desde la sociedad civil (más poder para los NIMBYs y demás formas de asociacionismo comunitario).

En todos los casos, esas élites (militares, religiosas, económicas, etc), se autopresentan como no políticos: ellos en sí mismos, su discurso, sus intereses y sus métodos, se pretenden apolíticos. Pero el reclamo por sustraer esos asuntos del debate y negociación políticos, entraña el interés por ponerlos bajo su control y así acrecentar su poder. Por eso su discurso (aunque se le llame antipolítico o impolítico), es un discurso político, en la medida en que por política se entienda la participación “o aspiración a participar en el poder o a influir en la distribución del poder entre distintos Estados o, dentro de un Estado, entre los distintos grupos humanos que éste comprende” (Weber, 2007: 57). Es un discurso político en la medida que se entienda que “la decisión de si algo es político o no, de si debe entrar en la agenda política, es siempre una decisión política” (Innerarity, 2015: 124). Eso significa que lo “antipolítico” o lo “impolítico” de ese discurso se referiría, entonces, solamente a la denostación de los partidos políticos (y no de cualquier organización que ejerza influencia política), de los políticos profesionales (y no de cualquier persona que ejerza influencia política), de las autoridades públicas, especialmente las de carácter político (y no de cualquier tipo de autoridad social o poder fáctico); y de la política como actividad formal en el marco de las instituciones democráticas (y no de cualquier forma de acción política), todo lo cual no supone (aunque así se pretenda) la apoliticidad del discurso. Solo podría considerársele realmente “antipolítica” (que es la definición más extendida entre los autores considerados en este



capítulo<sup>189</sup>), si por política se entendiera (en un sentido muy restringido y filosófico) el encuentro de los libres e iguales para, desde la pluralidad, desarrollar la *polis* (Arendt, 1997), o la actividad mediante la cual se procuran conciliar (y reconocen como válidos) los intereses divergentes, de individuos y colectivos, dentro de una comunidad (Crick, 2001).

Sin perjuicio de la precisión anterior, esta investigación no se concentra en esa cuestión terminológica. El discurso de valoración negativa de la política, políticos, gobernantes y partidos (que cuando es reproducido por periodistas constituye el objeto de estudio de esta investigación), recibe (tanto el discurso como el fenómeno social que expresa) distintos nombres según sea el autor: impolítica, antipolítica, malestar democrático, populismo, neopopulismo, posdemocracia, contrademocracia, entre otros. Para efectos de esta tesis no es prioritaria esa discusión terminológica, pues más que arribar a una definición conceptual, se pretenden desentrañar las intenciones y la forma particular en que es reproducido discursivamente ese sentimiento u opinión por parte de los periodistas. Es decir, que con esos distintos términos los autores hacen alusión, entre otras cosas, a un argumentario del que echan mano (eso es lo relevante aquí) los periodistas en la producción de su discurso. Pues bien, lo que interesa es la intención con que lo hacen y la forma en que lo hacen, no la palabra que mejor designe esa opinión y su expresión discursiva.

---

<sup>189</sup> Weltman y Billig, Schedler, Mair, Tufro, Alcántara, Innerarity, Crick, Naím, entre otros.

### III- ESTUDIOS DEL DISCURSO Y DISCURSO PERIODÍSTICO

En el primer capítulo se exploraron las posibles motivaciones detrás del discurso periodístico de valoración negativa de los políticos. En el segundo se hizo inventario del argumentario disponible para desarrollar ese discurso. Corresponde ahora revisar dos enfoques teóricos que ayuden a comprender, a partir de su aplicación empírica en el capítulo V, la forma en que se construye ese discurso, sus intenciones y propósitos, así como las estrategias utilizadas para alcanzarlos.

#### 1. ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO DE TEUN VAN DIJK<sup>190</sup>:

El Análisis Crítico del Discurso (ACD) se desarrolla como corriente de investigación entre académicos europeos durante los años ochenta (2012). El enfoque crítico se caracteriza por una comprensión propia y distintiva de la relación entre el lenguaje y la sociedad, y de la relación entre el mismo análisis y las prácticas analizadas. Al igual que otros tipos de análisis del discurso, estudia ejemplos concretos de interacción social cuando esta adopta una forma (parcialmente) lingüística. Pero, además, interpreta el discurso como una práctica social, lo que implica una “relación dialéctica entre el suceso discursivo particular y las situaciones, estructuras sociales e instituciones”, en las que se enmarca (2000b: 367). Una relación bidireccional: el suceso discursivo está moldeado por las situaciones, instituciones y estructuras sociales, pero, a la vez, les da forma. Esa influencia social del discurso pone en el foco de interés de estos estudios lo relativo al poder. Parte del supuesto de que esas prácticas sociales pueden ayudar a producir y reproducir, relaciones de poder, a través de la manera como representan al mundo y a las personas. El discurso puede “constituir un intento de hacer pasar supuestos (a menudo falsos) acerca de cualquier aspecto de la vida social como meras cuestiones de sentido común”. Ni la carga ideológica ni las relaciones de poder subyacentes a los modos particulares de uso del lenguaje suelen ser evidentes para las personas. La finalidad del ACD es transparentar esas opacidades (2000b: 367-368).

---

<sup>190</sup> En este primer apartado (incluidas sus secciones **A**, **B**, **C** y **D**) las obras citadas son solo de Van Dijk (excepto una de Randall 2008 así indicada), por lo que solamente se consigna la fecha y, cuando corresponde, la página.

Sus orígenes teóricos se encuentran en el análisis crítico desarrollado en el marxismo occidental, en virtud de su énfasis en que las relaciones sociales capitalistas se reproducen, en buena parte, en el seno de la cultura y no solo -ni primordialmente- en su base económica. El ACD es heredero, entonces, del pensamiento de Gramsci, la Escuela de Frankfurt y de Althusser. Específicamente el término “crítico” está asociado a la Escuela de Frankfurt y su tesis de que no es posible tratar los productos culturales como meros epifenómenos de la economía, pues constituyen “expresiones relativamente autónomas de contradicciones dentro del todo social”, incluidas, en algunos casos, expresiones de las fuerzas críticas que cuestionan el orden existente (2000b: 370-372).

Son distintos los enfoques teóricos dentro del análisis crítico del discurso<sup>191</sup>. Distintas sus perspectivas, sus énfasis y, sobre todo, su forma de interpretar la mediación entre el texto y lo social. Entre ellos destaca, sobre todo en relación con este último debate, el enfoque de Van Dijk, dentro de los “Estudios sociocognitivos”. La suya es una teoría “sociocognitiva construccionista” (2011: 38) del contexto y una teoría tridimensional de las representaciones (mentales) socialmente compartidas, como a continuación se explicará. Este apartado 1 consta de cuatro secciones, la **A**, la **B** y la **C**, que profundizan en la teoría y herramientas conceptuales de análisis del ACD de Van Dijk, y la **D**, que sintetiza lo que el autor ha investigado específicamente sobre los medios y el periodismo, aplicando el marco teórico contenido en las tres primeras secciones.

## A) Cognición

### a) Creencias:

Término que, contrario a su uso popular, Van Dijk no opone a conocimiento<sup>192</sup>. Las creencias son productos del pensamiento. La psicología cognitiva las ha ubicado en la mente<sup>193</sup>, en la memoria<sup>194</sup>. Son unidades de información; condición y consecuencia (mental) del discurso y la interacción social. Representaciones de, e involucradas en, el procesamiento de la información que ocurre en la memoria. Tienen un contenido: siempre

---

<sup>191</sup> La escuela francesa, la lingüística crítica, la semiótica social, la línea de investigación de Fairclough sobre la relación entre el cambio sociocultural y el cambio en el discurso, el método histórico discursivo, el análisis de la lectura y la Escuela de Duisburg.

<sup>192</sup> El conocimiento es un tipo de creencia; aquella que nosotros (grupo, institución, cultura), calificamos como “creencia verdadera” de acuerdo con unos criterios de verdad compartidos (cultural e históricamente variables) (1999: 35-36).

<sup>193</sup> Propiedad del cerebro-en-el-cuerpo que, también, tiene una dimensión social: en su adquisición, desarrollo y usos, es producto de la interacción social (1999: 33).

<sup>194</sup> La memoria es un constructo teórico para designar la dimensión cognitiva de la mente; el lugar donde se almacena y procesa la información (1999: 38).

son “acerca de alguna cosa” (real o imaginaria, material o ideal). El formato que teóricamente se les asigna (para describir su contenido y estructura) es el de una proposición, aunque su complejidad normalmente desborda ese esquema, por lo que es preferible representarlas como “complejo proposicional”<sup>195</sup>. Las creencias no funcionan (ni acaso existen) aisladas. Conforman conglomerados complejos de creencias (simples), llamados “conocimiento” o “actitudes”. Para Van Dijk (postura ontológica), las creencias no son sustitutos mentales de los hechos (objetivos), sino constructos mentales que constituyen los “hechos”<sup>196</sup>. Con todo, puede hablarse de creencias falsas y verdaderas, de acuerdo a su correspondencia<sup>197</sup> con el “mundo externo”, en tanto por este se entienda una proyección socioculturalmente controlada de las creencias (1999: 42-43).

Esta conceptualización es pertinente porque, desde una perspectiva cognitiva, las ideologías<sup>198</sup> son conjuntos de creencias. No significa que las ideologías sean solo mentales (ni que emerjan espontáneamente de la mente individual). Son creencias sociales compartidas (representaciones sociales). Esto significa que son compartidas socialmente y relacionadas con estructuras sociales. Se les adquiere y modifica socialmente, mediante prácticas sociales (particularmente el discurso) y, como su expresión no es directa, debe distinguirse entre las ideologías como tales, y su expresión en prácticas sociales (entre ellas el discurso)<sup>199</sup>.

Como no se trata de cualquier tipo de creencia, sino de creencias socialmente compartidas, se les localiza teóricamente en la “memoria social”<sup>200</sup> (en oposición a la “memoria personal”<sup>201</sup>). Así, no existen ideologías puramente personales. Se adquieren,

---

<sup>195</sup> Mejor cuenta aún de esa complejidad, la da la imagen de las redes con nodos que se interconectan, lo que da cuenta de las diversas relaciones que en nuestra mente existen entre múltiples creencias (1999: 40-41).

<sup>196</sup> Todo lo que percibimos y expresamos, nos lo representamos; implica interpretar el mundo en los términos de categorías conceptuales socialmente adquiridas: “las creencias constituyen el mundo-según-nosotros” (1999:43).

<sup>197</sup> Según las “reglas de proyección” o criterios de verdad aceptados dentro de una cultura dada.

<sup>198</sup> Las ideologías son creencias generales socialmente compartidas, base de las creencias sociales compartidas por un grupo social, que controlan y organizan el conocimiento y las opiniones (actitudes) más específicas de un grupo (relevantes, especialmente, en su relación de competencia, dominación o resistencia, con otros grupos). Encarnan los valores específicos del grupo y sus criterios de verdad. Así, no son creencias personales, no refieren a eventos concretos ni son compartidas por toda una cultura (1999: 72-75). Las creencias sociales sobre hechos específicos o las creencias personales, generales o particulares, pueden estar influenciadas ideológicamente, pero en sí mismas no son parte de las ideologías que las influyen (52-53).

<sup>199</sup> De hecho, solo en estas prácticas sociales pueden observarse las ideologías en funcionamiento (1999: 44-45).

<sup>200</sup> También llamada memoria semántica, “donde” están localizadas las creencias que compartimos con otros (miembros de un grupo, organización o cultura) (1999: 48).

<sup>201</sup> También llamada memoria episódica, “donde” se almacenan nuestras experiencias personales o de primera mano (1999: 48).

utilizan y modifican en grupos, cuyos miembros individuales pueden adherirse a estas o tenerlas, solamente en tal condición. Lo que no significa, empero, que esos individuos “posean” en sus mentes copias idénticas de las ideologías de los grupos a los que pertenecen. Más bien tienen versiones personales de estas (más o menos coherentes): las ideologías son utilizadas individualmente y, en ese tanto, también variablemente. De modo que de las incoherencias y contradicciones que se aprecian en la expresión de las ideologías, no puede colegirse su inexistencia como “socialmente compartidas”. Esos matices individuales, entonces, se abstraen al considerar las ideologías como creencias de grupo (1999: 48-51).

Dicho lo anterior sobre las ideologías, deben señalarse un par de precisiones más sobre las creencias en general. Las creencias sociales (al ser compartidas por los hablantes de un mismo grupo), pueden ser dadas por hecho o consideradas de “sentido común” y, en consecuencia, estar presupuestas en el discurso (punta del iceberg), sin necesidad de que sean afirmadas. Pueden ser de naturaleza general/abstracta o referidas a eventos concretos, lo que obliga a precisar que tanto las creencias personales como las sociales, pueden ser particulares (episódicas) o generales (abstractas) (1999: 51-52). A las creencias evaluativas se les llama “opiniones” (“actitudes”, si son conjuntos de estas que, además de generales, sean socialmente compartidas por un grupo) y pueden ser personales o sociales, generales o específicas. Siempre presuponen la existencia de opiniones alternativas (con las que se puede o no estar de acuerdo), expresan un juicio (basado en criterios de evaluación como valores y normas) sobre algo y se sostienen desde una posición o perspectiva específica<sup>202</sup>. Por el contrario, el “conocimiento” consiste en creencias fácticas (verdaderas)<sup>203</sup>, acerca de lo que -pensamos que- sucede, basadas en criterios de verdad (reglas de evidencia) socialmente compartidos; que pueden ser la ciencia, el sentido común o la religión, dependiendo del dominio social, grupo o cultura, para el cual la factibilidad esté así socialmente establecida<sup>204</sup>. En el lenguaje común, los hablantes suelen distinguir entre lo que saben y lo que piensan sobre determinada cuestión, presuponiendo lo primero y defendiendo lo segundo, aunque la distinción (ideológicamente mediada) no siempre es clara (1999: 53-57).

---

<sup>202</sup> La relación entre creencias, actitudes y sentimientos, y el impacto de estas en la conducta “real” de los sujetos, es desarrollada en 2000a: 464-465.

<sup>203</sup> Las creencias fácticas falsas, son llamadas errores o ilusiones.

<sup>204</sup> Así, para que las creencias sean elevadas a la jerarquía de conocimiento (verdadero), no podemos escapar al consenso de alguna comunidad de creencias (1999: 57).

Finalmente, Van Dijk distingue entre creencias culturales y creencias grupales. Las primeras son dadas por sentado por toda una sociedad o cultura y las segundas solo por grupos sociales dentro de tal sociedad o cultura<sup>205</sup>. El conocimiento cultural es la base de todas las creencias específicas de los grupos (incluidas sus ideologías). Es el conjunto difuso de creencias que son compartidas por -prácticamente- todos los miembros competentes de una cultura, sostenidas como verdaderas por esos miembros con criterios de verdad igualmente compartidos. Conocimientos de grupo (como el científico o el profesional), así como sus criterios de verdad, pueden incorporarse parcialmente al conocimiento cultural común; y a la inversa: lo que antes era común a toda una cultura, puede quedar derogado y reducido a un grupo<sup>206</sup>. Las fronteras son borrosas: no existe un procedimiento para establecer, con precisión, qué creencias comparte colectivamente cada grupo y cuáles trascienden a la cultura, pero una prueba confiable es la presuposición en los discursos, sea en los de los miembros competentes de una cultura, o en los de los miembros de un grupo<sup>207</sup>.

b) Valores:

Son “objetos mentales compartidos de cognición social”<sup>208</sup>. Evocan objetivos deseables o resultados ideales. Junto a las ideologías (en cuya construcción desempeñan un papel central), son los puntos de referencia de la evaluación social. Son terreno cultural común: en una misma cultura<sup>209</sup>, los diferentes grupos (con diferentes ideologías) suelen compartirlos. Así, forman la base de todos los procesos de evaluación (de todos los sistemas evaluativos de una cultura), de opiniones, actitudes e ideologías. Los valores se expresan en conceptos atómicos (verdad, belleza, eficiencia) y son, en suma, “los pilares del orden moral de las sociedades”. Los valores conforman sistemas, en tanto están organizados por las dimensiones fundamentales en que observamos y evaluamos nuestras experiencias cotidianas. Así, unos describen propiedades de la mente (inteligencia), otros características del cuerpo (salud), otros califican las acciones (rapidez) y otros las interacciones (tolerancia); pudiendo esas apreciaciones, en estos últimos dos casos,

---

<sup>205</sup> Las ideologías pertenecen a este segundo tipo; forman la base de tales creencias grupales.

<sup>206</sup> De ello trata la competencia por la hegemonía epistémica o doxástica, entre los distintos grupos de una cultura.

<sup>207</sup> Los elementos del conocimiento cultural, aun cuando originariamente hayan sido “de grupo”, no pueden ser definidos como ideológicos respecto de *esa* cultura (1999: 57-62).

<sup>208</sup> Luego, no son individuales sino compartidos, adoptados o rechazados, por los individuos en cuanto miembros de una cultura (1999: 101-102).

<sup>209</sup> Su orden jerárquico varía de una cultura a otra (1999: 101).

referirse a acciones e interacciones personales o a relaciones sociales más complejas, en el caso de los valores societales, como libertad o democracia (1999: 102-103)<sup>210</sup>.

En cuanto a la relación entre ideologías y valores, estos no están simplemente integrados dentro de aquellas, sino que controlan las creencias sociales de un modo más general. De hecho, monitorean las dimensiones evaluativas de las ideologías y de las actitudes, de modo que las opiniones sociales básicas se constituyen a partir de los valores o, mejor dicho, de la aplicación de estos a cuestiones específicas (especificación ideológica). Este “proceso” por el que un valor es seleccionado e incorporado a una ideología, lo es en función de los intereses del grupo que, de esa forma, se apropia de valores culturales generales. En el fondo, de lo que se trata es de la legitimación del grupo. Cada grupo selecciona como valores primordiales aquellos que empleará como puntos de referencia de su identidad y de su evaluación de otros grupos. Incluso, grupos diferentes (aún opuestos), pueden seleccionar el mismo valor, pero dándole un contenido (ideológico) muy diferente<sup>211</sup>. Sus valores, ideológicamente especificados, son la base para la legitimación de sus intereses y objetivos, pero la legitimidad fundamental de cualquier grupo (so pena de perderla) pasa porque permanezca dentro del orden moral cultural (1999: 104).

### c) Modelos mentales:

El modelo mental es un constructo teórico desarrollado por la psicología cognitiva que sirve como “interfaz” entre las representaciones socialmente compartidas y las prácticas personales, conectando la memoria social (semántica) con la memoria personal (episódica) y sus respectivas representaciones<sup>212</sup>. Son representaciones de acontecimientos (episodios en los que la persona participe o sobre los que escuche o lea), en la memoria personal. Lo que esa persona sabe y opina (creencias fácticas y evaluativas) sobre eso, está representado en su -subjetivo (2012: 101-102)- modelo, construido para el acontecimiento al que se refiere el discurso (1999: 107-108). Van Dijk los llama “modelos

---

<sup>210</sup> Las ideologías sociales y políticas (en tanto sistemas básicos de creencias de grupos), enfatizan uno o varios de estos valores societales (1999: 103).

<sup>211</sup> Esta ambigüedad hace que teóricamente sea más adecuado hablar, no de valores, sino de “complejos de valores”, que caracterizarían, bajo un mismo término, distintos componentes de objetivo deseable (1999: 105).

<sup>212</sup> El autor advierte que los usos individuales de las ideologías en contextos específicos (que es a lo que refieren los modelos mentales), deben distinguirse de las “versiones personales” de las ideologías (fragmentarias respecto de la ideología de grupo), las cuales siguen siendo -abstractas- representaciones sociales en la memoria social, fruto de las diferencias individuales obvias en el proceso de socialización ideológica (1999: 106-107).

de acontecimiento”. A nivel teórico, el modelo explica la interpretación (en la producción y comprensión) del discurso por parte de los usuarios. Comprender un discurso (texto o conversación) es construir un modelo. Para producirlo, en cambio, se parte del modelo, al traducir e ingresar conocimientos, experiencias y opiniones personales sobre un acontecimiento, para decir algo sobre eso. Así, el modelo explica los sesgos, tanto en la producción como en la interpretación de los discursos. De modo que producimos, comprendemos y recordamos, textos y conversaciones, a partir de los modelos mentales que activamos, construimos o actualizamos, permanentemente (1999: 108 y 2000a: 44).

En la construcción personal de los modelos (que ocurre sobre la marcha de los acontecimientos que el sujeto experimenta), intervienen las “experiencias previas” (viejos modelos que se activan o actualizan) y otras representaciones personales más abstractas, como las opiniones (2000a: 44). Esa interpretación constante, constituye construcciones contextualmente atinentes que se archivan en la memoria episódica. Aunque popularmente los llamemos experiencias (2012: 103-105), no siendo los “hechos reales” los que, como tales, “guarda” la persona, Van Dijk los denomina “modelos de experiencia”. Aquellos modelos de episodios que la persona construye, no sobre lo que ella misma “ha vivido”, sino sobre lo que se le ha referido, se denominan “modelos de descripción” (pues el episodio se conoce a través de una descripción discursiva). Dicho esto, el autor aclara que en nuestras narraciones personales los distintos tipos de modelos se superponen. Así, mientras los modelos de acontecimiento son la base para la producción y comprensión del discurso, ellos, a su vez, están formados a partir de los modelos de experiencia, pues tendemos a comprender los episodios con los que no estamos familiarizados a la luz de los que conocemos personalmente. Todos los modelos incluyen especificaciones de conocimiento más general sobre lo que representan. Es así como las representaciones sociales se “concretan” en modelos, y la memoria social se relaciona con la memoria episódica y las representaciones subjetivas. Son esos modelos episódicos que interpretan el discurso, los que relacionan las ideologías con las estructuras del discurso. Todos los modelos, además, pueden representar acontecimientos puntuales o acontecimientos compuestos (secuencias de acontecimientos), y complejos. De forma que la memoria episódica contiene sistemas de modelos jerárquicamente organizados. Respecto de la estructura de los modelos, Van Dijk, para hacer su propuesta teórica, parte de la función de los mismos: representar acontecimientos. Esto lleva a pensar en un esquema con categorías que (en la medida en que el sujeto no solo se representa los acontecimientos sino que habla sobre ellos), también aparecen en las estructuras



gramaticales y del discurso: ubicación (lugar/tiempo), circunstancias, participantes (y sus diversos roles), y una acción. Estas estructuras esquemáticas (o esquemas de acontecimiento) son la base cognitiva (y explicación) de las estructuras del discurso, de suerte que las estructuras que organizan la forma en que se comprenden los acontecimientos influyen en el modo en que se habla sobre ellos (1999: 108-111).

Dentro del tipo de acontecimientos que los modelos representan, hay uno determinante sobre el discurso: el contexto. Es el evento comunicativo o situación en la que el discurso se produce o recibe. El modelo que lo representa se llama “modelo de contexto”<sup>213</sup>. En la medida en que representan parte de nuestras experiencias personales (aquellas en las que estamos cuando nos comunicamos), se trata de un tipo específico de modelo de experiencia. Así, representan las interpretaciones (personales y sesgadas) de los eventos comunicativos, definiendo lo que, en ese momento, es relevante para cada participante (2011: 23). En consecuencia, los modelos de contexto tienen la misma estructura que los de experiencia, con la particularidad de que en ellos una categoría fundamental de Participante es la de “sí mismo” (como hablante/escritor o receptor/lector) (2012: 123-124). Esta categoría “sí mismo” es la que define la subjetividad del discurso, controla la perspectiva y organiza el texto (1999: 111).

El modelo de contexto, además, funciona como interfaz entre modelos de acontecimiento y discurso. Informa al participante del discurso quién es él y en qué carácter participa en ese evento, representando, además, las restricciones pragmáticas que influyen en el significado y forma del discurso<sup>214</sup>. Así, opera como el sistema de control decisivo en el procesamiento del discurso (2000b: 38-39). Mientras nuestro saber sobre un episodio, tal como se representa en los modelos de acontecimiento o experiencia, es relativamente estable en distintos contextos, los modelos de contexto representan la naturaleza cambiante de la producción/compreensión del texto. El participante actualiza y cambia continuamente sus interpretaciones de la situación en curso (representándola en su modelo de contexto), las que a su vez informan al sistema de formulación lingüística

---

<sup>213</sup> Un aspecto central en el modelo teórico del autor es su comprensión del contexto: este no está constituido por las condiciones “objetivas” del “mundo real” que rodean el discurso o conversación, sino por las representaciones de estas que construyan los participantes en modelos mentales. Subjetividad sin la cual no se entendería que “mismos” contextos sociales tengan distinto efecto sobre diversos usuarios del lenguaje en la misma situación. Lo cual no niega ni resta interés al estudio de factores sociales alrededor de un discurso, sino que permite explicar el modo en que las estructuras sociales pueden influir sobre las estructuras discursivas por medio de la mente (2000b: 38-39).

<sup>214</sup> Tales como la cortesía, circunstancias institucionales, pertenencia al grupo, conocimiento mutuo, opiniones sobre el interlocutor, objetivo e intenciones del evento comunicativo, entre otros.

o comprensión. Es así como, también, los modelos de contexto acaban modificando la representación de los acontecimientos sobre los que el sujeto habla, es decir, los modelos de acontecimiento, que, en consecuencia, no solo precisan un conocimiento más general del mundo sino que también incorporan una representación del contexto en el que han sido construidos. De modo que si los modelos de acontecimiento son la base semántica del discurso, los modelos de contexto son su base pragmática, pues monitorean sus actos de habla, su estilo léxico, cortesía, retóricas de persuasión, formalidad, familiaridad, entonación, etc.; todas las propiedades del discurso, en suma, que son contextualmente variables (1999: 111-112).

Establecido lo anterior, Van Dijk desarrolla las relaciones entre los modelos mentales y las representaciones sociales. El paso, en términos cognitivos, de lo personal a lo compartido y viceversa. El vínculo yace en el hecho de que los modelos no solo consisten en creencias puramente personales sino también en creencias sociales, cuyos “guiones” son activados y actualizados en la información que integrará el modelo presente. Así, por ejemplo, para construir un modelo de contexto adecuado al evento comunicativo presente, se requiere de un conocimiento general sobre aspectos atinentes a esa situación. Dicho proceso de actualización, aplicación y adaptación contextuales, de las representaciones sociales en los modelos, tiene su anverso en la dirección contraria, lo que explica, a nivel colectivo, la adquisición y el cambio de conocimientos, actitudes e ideologías. Construidos para acontecimientos específicos, los modelos pueden ser abstraídos y generalizados, transformados en guiones de representaciones socialmente compartidas. Así, de la observación, escucha o lectura repetida sobre acontecimientos específicos, los miembros sociales efectúan inferencias generalizadas y construyen creencias sociales aplicables, en lo sucesivo, a muchas situaciones diferentes. Un proceso que, además de mentalmente, ocurre en el discurso: mediante la enunciación de afirmaciones generalizadas que permiten cambiar de casos (*token*) de acontecimientos, a tipos (*types*) de acontecimientos (1999: 113-114)<sup>215</sup>.

Otro aspecto relevante sobre los modelos es que además de conocimiento personal sobre los acontecimientos, incluyen opiniones sobre estos; opiniones que no necesariamente deben ser personales. Se da, entonces, el mismo proceso de activación,

---

<sup>215</sup> El aprendizaje social no se limita a la generalización y abstracción empírica de las experiencias (a partir de los modelos). La gente también adquiere las representaciones sociales directamente de discursos genéricos y abstractos o, también, haciendo inferencias de sus conocimientos previos para producir conocimiento nuevo.

actualización y adaptación, referido y, también aquí, en ambas direcciones. De modo que la adquisición y cambio de representaciones sociales (de creencias evaluativas compartidas), puede estar basado en la generalización y abstracción de opiniones de modelos personales. De igual manera, esa adquisición no solo puede ser “empírica”; puede ser inferida de las opiniones generalizadas en discursos de opinión<sup>216</sup>. Significa lo anterior que, por ejemplo, un prejuicio puede adquirirse sobre la base de una o unas pocas experiencias personales que se sobre-generalizan (como creencias generales) o, también, derivarse directamente de las proposiciones prejuiciosas de un texto o conversación (1999: 114-115).

Finalmente, en tanto los individuos pueden ser miembros de varios grupos sociales (cada uno con su propia ideología), pueden “tener” varias ideologías. Así, al construir sus modelos (personales), pueden “aplicar” en estos creencias sociales de más de una ideología, lo que puede dar lugar a modelos aparentemente inconsistentes. En la construcción de esos modelos, el individuo seleccionará (preferirá) una o más de sus identidades sociales como las dominantes en el modelo de contexto presente. Esa es la razón por la que la estructura detallada de los modelos de contexto da una explicación de las formas en que las ideologías indirectamente “se proyectan” en los eventos comunicativos<sup>217</sup>.

#### d) Identidad:

La identidad es una representación mental, personal y, a la vez, constructo social, lo que la vincula, directamente, con las funciones de las ideologías. La primera categoría del esquema de las ideologías es la que define los criterios de pertenencia al grupo. Junto a los contenidos de las otras categorías, esos criterios definen la identidad social de un grupo. En su representación del sí mismo, el sujeto se construye como miembro de varias categorías y grupos<sup>218</sup>. Esa autorrepresentación (esquema de sí mismo) está ubicada en la memoria episódica (personal) y, como abstracción, se construye gradualmente a partir de

---

<sup>216</sup> El autor pone como ejemplo de estos, los editoriales de la prensa.

<sup>217</sup> Las ideologías y las actitudes basadas en ellas, influyen, además, en la activación selectiva de viejos modelos, de modo que las personas tienden a activar (recordar) los modelos cuyas opiniones son consistentes con las actitudes del grupo que ellas comparten (y olvidar narraciones que confirman creencias negativas sobre el propio grupo), las cuales pueden funcionar como “evidencia” en argumentos prejuiciosos (1999: 115-116).

<sup>218</sup> Cabe anotar que las personas pueden ser “objetivamente” miembros de grupos pero no estar identificadas con ellos. Esas formas de disociación evidencian que tales “miembros” no comparten la ideología de “su” grupo. Incluso podrían identificarse con grupos opuestos, con sus valores y objetivos. Las reacciones y sanciones por ello, se expresan en términos peyorativos (traidor), mientras que la identificación fuerte y la cooperación son valoradas positivamente dentro del grupo.

las experiencias personales (modelos de acontecimientos) (1999: 152). Esos modelos incluyen representaciones de la interacción social, de manera que parte de nuestra autorrepresentación se infiere de los modos en que los otros nos ven, definen y tratan. Además, al compartirse experiencias con otros, las experiencias personales abstraídas (el sí mismo) pueden fusionarse parcialmente con la autorrepresentación del grupo. La identificación será mayor, cuanto más estrecha sea la relación entre unas y otra<sup>219</sup>. Lo que no implica, necesariamente, que una identificación (fuerte o débil) deba ser dominante en una situación específica. Esto es así, porque las identidades de grupo pueden ser más o menos abstractas y desligadas del contexto y porque cada individuo puede compartir varias identidades sociales (a partir de las cuales define un sí mismo personal) pero, en situaciones concretas, algunas de estas identidades pueden ser más prominentes que otras. Por eso es necesario distinguir entre la identidad personal relativamente desligada del contexto (sí mismo personal), normalmente compuesta de varias identidades sociales, y las prácticas situadas reales de los actores sociales, manifestaciones de (algunos aspectos de) la identidad personal<sup>220</sup> (1999: 153).

De forma esquemática, entonces, Van Dijk distingue entre identidad social (o de grupo) e identidad personal. Esta última adopta dos formas: la “representación mental del sí mismo personal”, como ser humano único (a partir de modelos mentales acumulados); y la “representación mental del sí mismo social”, como una colección de pertenencias a grupos (a partir de los procesos de identificación con estos -la consistencia entre valores, normas, posición, recursos, objetivos, etc, del grupo y del constructo personal del sí mismo-)<sup>221</sup>. Un Yo personal y un Yo social en suma (2011: 110). La identidad de grupo, por su parte, es una representación social compartida o “sí mismo social” de grupo. Un esquema de sí mismo de grupo, visto cognitivamente. Así, existe una relación estrecha entre la identidad y la ideología de un grupo, cuyas categorías más relevantes definen qué

---

<sup>219</sup> Una importante perspectiva de investigación dentro de la psicología social, tiene como centro de interés “la forma en la que el actor social habla y piensa como parte de, y en nombre de, una identidad colectiva”. Según esta, la percepción y la acción social de las personas, en algunas ocasiones, están determinadas por la inclinación de los individuos a “internalizar las demandas e intereses de los grupos específicos con los cuáles se identifican” (2000a: 469-470).

<sup>220</sup> Distinción que no debe confundirse con desconexión: por el contrario el autor sostiene que, al producir el discurso en situaciones sociales, los usuarios del lenguaje construyen y exhiben sus identidades (2000b: 22-23).

<sup>221</sup> Cuando la pertenencia a un grupo es principalmente ideológica (a diferencia de los grupos de identidad intrínseca), como sucede con las militancias en los partidos políticos o las iglesias, la disociación implica, habitualmente, abandonar el grupo; lo que resulta más difícil para las ideologías profesionales, estrechamente relacionadas con los objetivos e intereses de la práctica profesional cotidiana, por lo que la disociación ideológica rara vez favorece el interés personal (1999:154-155).

identifica al grupo (sobre todo con relación a otros grupos)<sup>222</sup>; creencias fundamentales como ¿quiénes somos?, ¿de dónde venimos?, ¿qué hacemos?, ¿por qué?, entre otras. Las respuestas ideológicas a tales preguntas son inculcadas, implícita y explícitamente, en prácticas sociales significativas de grupo (1999: 155). Es de esta forma que las ideologías sirven para definir grupos, su posición dentro de la estructura social y su relación con otros grupos<sup>223</sup>. Pero la ideología y la identidad de un grupo no son lo mismo. La primera (en tanto base axiomática de las representaciones sociales compartidas por un grupo) formaría, más bien, la “base” de la identidad de grupo; es decir, las proposiciones fundamentales que expresan los criterios más o menos estables sobre nuestro grupo (valores, objetivos, etc). Así, las identidades sociales (como las personales) pueden variar (pudiendo adaptarse estratégicamente al cambio social y político), pero los principios básicos de estas (ideológicos), permanecen estables durante un periodo relativamente largo de tiempo. Lo anterior impone una noción de “identidad” más dinámica y, en consecuencia (considerando a la “identidad social de grupo” como una propiedad definitoria de este), una noción de grupo también menos estática<sup>224</sup> (2011: 110-114).

En suma, la identidad social es el núcleo compartido de la autodefinición social, como constructo intersubjetivo. El cual también es una función de la interacción y negociación sociales (la atribución de identidad por parte de otra gente y otros grupos). Este enfoque sociocognitivo introduce la relación entre el discurso y la construcción de la identidad social. Los grupos están constituidos por formas de discurso intragrupal y la identidad social de grupo está especialmente construida por el discurso intergrupalo, que los grupos y sus miembros actúan para autopresentarse, legitimarse, defenderse, persuadir, reclutar, etc. Sin ser parte de la identidad social (sino una práctica social basada en ella), el discurso constituye una fuente para el análisis de las identidades sociales subyacentes (1999: 160-161).

---

<sup>222</sup> La representación positiva del propio grupo (y la eventualmente negativa de otros), ha sido entendida como “una necesidad de percibir y presentar los grupos a los que pertenecemos bajo una luz positiva en comparación con grupos externos relevantes”. El enfoque de los teóricos de la identidad social, empero, concibe estas descripciones de forma más sofisticada: “como aspectos de retórica estratégica, formulados con el propósito de justificar las acciones de los miembros del grupo en el contexto de ideologías más generales relacionadas con la justicia y la legitimidad social”; así, una estrategia es “describir grupos de una manera en la que implícitamente defendemos la legitimidad o ilegitimidad de la relación de estatus existente” (2000a: 470).

<sup>223</sup> Autodefinición general predominante que adquieren y comparten los miembros del grupo “para proteger los intereses de este como un todo” (2000b: 52).

<sup>224</sup> El concepto de grupo (que se aborda más adelante), se ve, entonces, impactado por el presente desarrollo teórico sobre la identidad de grupo. Éste no sería, solamente, una colectividad medianamente estable de gente, sino, también, un conjunto de cogniciones en permanente cambio y su identidad, antes que una propiedad que “tenga” el grupo, es un proceso en el que dicha colectividad está comprometida (1999: 156).

## B) Sociedad

### a) Grupos:

Los grupos son colectividades de personas con una continuidad más allá de un acontecimiento<sup>225</sup>; definidos, como tales, por las prácticas sociales de sus miembros. Son más o menos permanentes, relativamente organizados, y se reproducen por el reclutamiento de miembros a partir de la identificación de estos con un conjunto de propiedades específicas. Pueden compartir un problema o tener objetivos compartidos, que vuelva a sus miembros mutuamente dependientes, con valores, recursos y una posición común (de competencia, dominación o resistencia), en relación con otros grupos. Así, distintos conflictos sociales entre dichas colectividades suelen crear los grupos. Junto a estos factores sociales “objetivos”, están involucrados aspectos cognitivos. Los miembros de esa colectividad deben tener creencias sobre los otros miembros, sus problemas comunes y acciones colectivas. Pueden compartir opiniones sobre sus experiencias comunes y tener “sentimientos” de pertenencia al grupo, de modo que parte de la identidad personal de cada miembro individual debe estar asociada con la identidad social de su grupo<sup>226</sup>. En suma, para ser un grupo, sus miembros deben compartir representaciones sociales (1999: 180-188).

Esas representaciones sociales monitorean las acciones individuales y colectivas de los miembros del grupo. Los miembros de un grupo actúan como tales, cuando sus acciones están -también, no solo- basadas en conocimiento, actitudes y valores compartidos. De modo que las ideologías y la condición de grupo se definen mutuamente: solo los grupos desarrollan ideologías<sup>227</sup> y la definición de grupo presupone, más que solo acciones sociales conjuntas, representaciones sociales compartidas (aunque no necesariamente ideologías). Qué grupos, y en qué circunstancias, desarrollan ideologías depende de condiciones sociocognitivas (cuando sus representaciones sociales necesitan mayor organización o fundamentación, o cuando sus miembros necesitan coordinar sus acciones) y de condiciones políticas (para la organización o reproducción del grupo,

---

<sup>225</sup> Las representaciones sociales que comparten tardan tiempo en desarrollarse; presuponen una historia común de experiencias y discurso.

<sup>226</sup> En algunos casos, como el racismo (las personas que comparten creencias racistas niegan que sean racistas), la ideología se aplica a un “grupo” tal como lo definen otros y no sus “miembros” (1999: 201).

<sup>227</sup> Sin perjuicio de esta afirmación, personas individuales podrían incorporar ideas propias de ideologías de grupos de los que no forman parte. Así, utilizan fragmentos (“cualquier idea que esté en el ámbito público”) de un conjunto de creencias para organizar su conocimiento, opiniones y prácticas sociales (1999: 198-199).

dominación de otros grupos, resolución de conflictos o efectiva realización de sus fines). Algunos grupos, además, para subsistir y reproducirse, requieren que sus miembros satisfagan determinados criterios sociales, como son el acceso a recursos materiales o simbólicos (los segundos, definidos en términos de representaciones socialmente compartidas<sup>228</sup>). Pero aún en el caso de los grupos que parecieran estar constituidos principalmente en función de recursos materiales, dichos recursos “objetivos” son relevantes para el grupo solo como experiencia (creencia) compartida. No significa que la condiciones sociales sean reducidas a sus representaciones mentales, pero, para que aquellas constituyan criterios definitorios de grupos, necesitan ser interpretadas, representadas como condiciones compartidas por otros. De modo que todo grupo, para ser tal, necesita compartir representaciones sociales que le den un significado colectivo a sus circunstancias sociales (1999: 182-184).

Por otro lado, Van Dijk distingue entre los grupos y las categorías sociales definidas por propiedades más o menos permanentes (clase, etnicidad, edad, género, orientación sexual, religión), demasiado amplias para formar grupos. A partir de estas, sin embargo, pueden conformarse grupos (por ejemplo el feminismo, o el movimiento por los derechos civiles) con algunas personas que compartan categoría social, a condición de que desarrollen, además, objetivos, normas, valores y una identidad social. Otro tipo de grupo es el basado en la profesión. Esos grupos (los profesionales) tienen valores, actitudes, normas profesionales y conocimiento experto de grupo. Así, se trata de un tipo de grupo que podría desarrollar ideología de grupo (sobre todo por los intereses en conflicto con otras profesiones). Las instituciones y las organizaciones (partidos, sindicatos, empresas) son también grupos de personas que pueden compartir actividades, objetivos, intereses y valores. Como entidades individuales (un sindicato particular), pueden no tener ideologías específicas propias, pero sí una ideología en general (la ideología sindical) (1999: 185-186).

Un criterio decisivo para la definición de la base de grupo de las ideologías, es el conflicto social. Oposiciones entre grupos basadas en intereses, en la pugna por recursos materiales o simbólicos. Ello es así debido a las funciones sociales de las ideologías: la provisión de identidad, la definición de objetivos comunes, la coordinación de la acción, la defensa de los intereses de grupo, entre otros, son condiciones básicas para la constitución de grupos ideológicos. Otro criterio es el grado de institucionalización del

---

<sup>228</sup> El autor pone como ejemplo el caso de los políticos y de los periodistas (1999: 183).

colectivo (con líderes o funcionarios auto-convocados o electos), lo que descalifica como grupo a las categorías sociales y los colectivos efímeros (participantes en una marcha, por ejemplo). Institucionalización que resulta funcional para la fijación de objetivos, reclutamiento y coordinación de acciones. Sin embargo, más allá del grado de institucionalización, los grupos son conjuntos de contornos difusos<sup>229</sup>. Van Dijk retoma el ejemplo de los periodistas para advertir que la noción de grupo es distinta al conjunto de sus miembros individuales. En los grupos hay “desviados o disidentes ideológicos” (2000b: 57). Para ser grupo, entonces, no es menester el consenso absoluto. Se necesitaría que, por lo menos, algunos de los miembros compartan algunas “propiedades emergentes” que el conjunto de miembros, como un todo, no necesariamente tienen: representaciones mentales, acciones colectivas y relaciones de grupo, entre otras. Así, por ejemplo, relaciones de dominación, competencia o resistencia, caracterizan al grupo como un todo, sin que necesariamente apliquen para cada uno de sus miembros. En el mismo sentido, el grupo puede tener experiencias colectivas que no todos sus miembros tienen personalmente, o recuerdos colectivos (representaciones sociales compartidas), no compartidos por todos y cada uno de sus miembros. Fenómeno análogo es el de las ideologías: experiencias colectivas, historia, relaciones con otros grupos, etc, permiten que algunos grupos puedan desarrollar y reproducir una ideología específica; propiedad que se define a nivel societal, para el grupo como un todo. De modo que, como el grupo social, las ideologías son abstracciones o tipos ideales que no “tienen” de igual forma o magnitud, todos los integrantes de un grupo (1999: 187-189).

Lo anterior plantea el problema macro-micro: las relaciones entre las abstracciones sociales y las propiedades colectivas, por un lado, y los miembros de grupo (personas concretas), sus mentes y acciones, por el otro. Dos preguntas básicas contesta, entonces, Van Dijk: para que un grupo “tenga ideología”, ¿cuántos de sus miembros deben compartir esa ideología?; y ¿cuánto de esa ideología deben compartir dichos miembros? El criterio es cualitativo en ambos casos<sup>230</sup>: se requiere que los miembros fundamentales, los líderes, las élites, los ideólogos, compartan las proposiciones ideológicas esenciales, medulares, definitorias o prototípicas, del grupo. Esto “se

---

<sup>229</sup> El autor advierte que la relación de las ideologías con los grupos sociales no es sencilla, sobre todo en el caso de los grupos que están menos definidos, aún compartiendo ideología, o cuando todo lo que los define es su ideología y las prácticas sociales derivadas de ella. Así, feministas, ecologistas o, más amplio, progresistas y conservadores, forman grupos de naturaleza distinta, estando sus miembros mucho más distribuidos en otros grupos tanto social como internacionalmente (1999: 201).

<sup>230</sup> El número de miembros y la cantidad de proposiciones ideológicas que estos deban compartir, varía según la naturaleza del grupo (1999: 191).



requiere” para la reproducción del grupo, para el monitoreo de las prácticas sociales de sus miembros, para la adaptación de la ideología a los cambios sociales y a los que ocurran en las relaciones con otros grupos, y para la formulación y difusión de la ideología. Además, ¿qué significa, precisamente, ese compartir? Es similar a la adquisición de las reglas de la gramática que necesitan los usuarios de una lengua: comparten las mismas reglas esenciales a pesar de que en su uso se aprecien variantes personales. Así, los principios ideológicos suelen formularse en contextos de admisión, socialización, enseñanza, penalización y marginación, mediante discursos variables y no directamente en términos de proposiciones ideológicas (abstractas)<sup>231</sup>. Discursos y prácticas sociales en general, que encarnan principios ideológicos subyacentes. Su repetición continua permite que los miembros del grupo adquieran fragmentos ideológicos bastante semejantes, estén conscientes o no de ello<sup>232</sup>. Compartir significa que estos miembros tienen proposiciones relativamente semejantes almacenadas en su memoria social, de modo que la ideología, como sistema abstracto de grupo, está “distribuida” mentalmente entre sus miembros (los cuales harán distintos usos de esta, en contextos sociales diferentes) (1999: 189-192).

Otro factor a considerar en la relación entre grupos y sus miembros es el de que estos pueden pertenecer, a la vez, a distintos grupos, y, en consecuencia, compartir (mentalmente) y expresar (en prácticas sociales) distintas ideologías. En la medida en que esas ideologías representen cognitivamente los intereses diferentes (incluso contrapuestos) de esos grupos, aparecerá la incoherencia ideológica de los individuos en situaciones específicas. Es entonces cuando, también, puede ocurrir la ya mencionada elección estratégica de creencias; la escogencia, según la situación, de una identidad por sobre otra. Esto es relevante, además, por la estrecha relación entre las categorías de grupo y la definición de la pertenencia a estos, tanto en su dimensión cognitiva como social. Las ideologías están organizadas por un esquema de grupo que consiste en categorías fundamentales que codifican los modos en que la gente se define a sí misma y a los otros, como miembros de grupo. Esa pertenencia es una representación mental que necesita explicarse, también, en términos sociológicos, entre otras razones porque es insuficiente

---

<sup>231</sup> Razón por la que, sin demérito de la metáfora, la adquisición de la ideología es normalmente menos estricta que la de las reglas de la gramática.

<sup>232</sup> Al mismo tiempo, la pertenencia al grupo se refuerza por medio del discurso interpersonal (2000b: 234).

que un individuo se considere a sí mismo miembro de un grupo; es importante, además, que los otros lo perciban como tal (1999: 193-196)<sup>233</sup>.

Los individuos pueden ser miembros de grupos o categorías sociales por razones “naturales”<sup>234</sup>, como los blancos y los negros; en otros, como la casta y la clase, “se nace” o pertenece de forma involuntaria, aunque con posterioridad pueda “cambiarse”<sup>235</sup>. Otro tipo de grupos (y la pertenencia a estos), puede asentarse sobre la base de sus objetivos sociales, como ocurre en el caso de los movimientos sociales. En esos casos, los criterios de pertenencia serán la elección personal, la alineación ideológica, la participación en actividades reconocidas en pro “del objetivo”. En los grupos profesionales, la pertenencia suele estar basada en el tipo de actividad y conocimiento experto, al tiempo que los intereses de este tipo grupo están ligados a recursos específicos (entre ellos, los simbólicos, como el estatus y respeto acordados a una profesión en una sociedad particular). Para la reproducción del grupo profesional y resguardo de sus intereses, la ideología puede articularse en torno a la importancia o relevancia de las funciones de la profesión, al tiempo que las actividades de sus miembros pueden ser juzgadas sobre la base de valores ideológicos (defensa de la verdad, transparencia). Aunque la mayor parte de los grupos y de su identidad están definidos en términos de sus relaciones con otros grupos, algunos están definidos en términos de la posición social de sus miembros a lo interno del grupo. Es el caso de los líderes y de las élites, con relación a sus subordinados o miembros comunes. Las condiciones y criterios de pertenencia pueden ser la elección, la designación o la auto-elección. La ideología de tales grupos se articula, entonces, también, en beneficio de la legitimación de ese recurso esencial (el poder) (1999: 194-196).

En resumen, los grupos sociales, según su tipo, pueden distinguirse por: ¿quiénes son?; ¿qué hacen?<sup>236</sup>; ¿qué quieren?; ¿en qué creen?; ¿dónde se ubican?; y ¿qué tienen o no tienen? Las categorías que definen esta tipología de grupos son las mismas que las que

---

<sup>233</sup> Hay una estrecha interacción entre las categorías ideológicas y las dimensiones esenciales del acceso social, la pertenencia, los objetivos y los recursos de un grupo. De modo que las estructuras ideológicas son la reconstrucción cognitiva de las principales condiciones sociales para la existencia y reproducción de los grupos. Así, las condiciones de existencia de los grupos (y de sus prácticas sociales) son tanto sociales como mentales.

<sup>234</sup> En realidad son, también, construcciones sociales.

<sup>235</sup> El grupo *clase* (y la categorización negativa de los “nuevos ricos) evidencia que, junto al capital material, para que los otros consideren a un individuo como miembro de un grupo, puede ser necesario, además, el capital simbólico. A este respecto, la tensión entre la élite social y los arribistas o nuevos ricos, ilustra la relación entre conflictos de grupo e identidad social (2000a: 400).

<sup>236</sup> Especialmente los grupos profesionales.

forman esquemas ideológicos, resultado de la constitución mutua de las dimensiones social y cognitiva de los grupos. Los criterios sociales para la constitución de los grupos se articulan en forma de categorías que organizan las cogniciones sociales compartidas por sus miembros. Dentro de estas son básicas las de identidad sobre quiénes somos Nosotros y qué son Ellos. Además, aunque debido a la naturaleza porosa de las fronteras de los grupos, la noción “grupo” necesita ser tomada en un sentido amplio para poder asociarla con las ideologías, hay elementos fundamentales de estos: sus miembros deben desarrollar y compartir representaciones sociales; los miembros deben identificarse con su grupo; deben defender recursos específicos; compartir relaciones con otros grupos; y tener actividades específicas y, al menos, un objetivo vagamente compartido (1999: 197, 203).

#### b) Relaciones entre Grupos y Poder:

Un criterio decisivo para la definición de la base de grupo de las ideologías, es el conflicto social. Una de las categorías fundamentales del esquema ideológico es la posición del grupo respecto de otros grupos. Esas relaciones pueden ser de dominación, resistencia o competencia. En muchos casos, los intereses de un grupo tienen que ser defendidos o legitimados contra otro, y ya que los conflictos sociales por recursos escasos (materiales o simbólicos) pueden ser el mismo núcleo y función de las ideologías, la posición y las relaciones de grupo son la contrapartida social más directa de las estructuras ideológicas. Van Dijk entiende el “poder” (social) como un tipo específico de relación social entre grupos o instituciones, de cuyas varias y complejas dimensiones escoge concentrarse en la de “control”<sup>237</sup>: “un grupo A tiene o ejerce poder sobre el grupo B cuando los miembros de A son habitualmente capaces de controlar a los miembros de B”. Implica el control de las acciones del otro grupo y sus miembros, no solo en el sentido de que son menos libres de hacer lo que quieren, sino que pueden ser llevados a actuar de acuerdo con los deseos e intereses del grupo que ejerce el control e, incluso, en contra de los propios deseos e intereses. De forma que “controlamos a los otros si podemos hacer que actúen como deseamos (o impedir que actúen en nuestra contra)” (2000b: 40). Así, el ejercicio de más poder por parte de un grupo, normalmente implica la pérdida o limitación de libertad para el otro grupo (1999: 205-206).

---

<sup>237</sup> Es el concepto explicativo que emplea el autor para definir el poder social (2000b: 40-44).

Para que los miembros del grupo B actúen como desean los del grupo A, estos necesitan recursos, que van desde la fuerza física e institucional, hasta el control de recursos materiales necesarios (poder coercitivo). Otro, es el ejercicio del poder por medio de órdenes: Aquí el recurso que permite que (los miembros de) un grupo ejerza su poder sobre otro es simbólico: un acceso especial (por parte de padres, maestros, jueces, policías) a actos de habla particulares (recurso de poder simbólico que, desde luego, puede estar basado en recursos socioeconómicos, legales o políticos) (2000b: 40-42). Una forma más sutil de poder (relevante para el análisis crítico del discurso), es la persuasiva. El argumento, la sugerencia, la petición y otras formas de persuasión, sustituyen a la amenaza o la orden (explícitas). Si el grupo B actúa como le requiere el A, es porque la alternativa de no hacerlo es menos atractiva: porque puede llevar aparejadas consecuencias no queridas, como recibir menos acceso a recursos sociales deseados, controlados por el grupo A (sean materiales o simbólicos, como la estima o el prestigio). Aquí el poder consiste, precisamente, en el hecho de que los otros tenderán a obedecer para evitar las consecuencias negativas<sup>238</sup>. Finalmente, está la forma más sutil e indirecta de ejercicio del poder: la manipulación, que se mencionará tangencialmente más adelante, pero sobre la que se profundizará en el apartado **D** de este capítulo.

Dicho lo anterior, cabe advertir que, en las relaciones entre grupos, las variaciones son de todo tipo, y existen diferencias graduales entre poder y contrapoder, el ejercicio más severo o blando del poder, y la resistencia u obediencia más o menos dura. Hay miembros de grupos dominados que resisten y miembros disidentes del grupo dominante que se solidarizan con los dominados. Pero a pesar de todas esas posibles y frecuentes variaciones, “en un nivel de análisis más elevado, existen relaciones de dominación entre grupos enteros” controladas ideológicamente en su implementación diaria. Lo relevante, en suma, es que tanto la persuasión como la manipulación acusan una relación estrecha entre acceso a los medios, control del discurso público e influencia sobre las mentes y las acciones de los otros (1999: 206-208)<sup>239</sup>. En consecuencia, el poder y la dominación en las relaciones intergrupo puede reproducirse por ideologías (a nivel sociocognitivo) y por las prácticas sociales (al nivel microsocioal de las situaciones), que implementan tales

---

<sup>238</sup> Para el autor, “el discurso... es una realización del poder si presupone el control sobre un recurso de poder material o simbólico” (2000b: 42).

<sup>239</sup> Para el autor, este es el tipo de dominación que prevalece en las sociedades contemporáneas de la información y el conocimiento.

ideologías<sup>240</sup>. La dinámica de interrelación entre la cognición y la práctica social demuestra que ellas se constituyen mutuamente en un proceso dialéctico. Así, las ideologías pueden ser “sustentadas” por prácticas sociales, pero no solamente “inventadas” a raíz de esas acciones para justificarlas *post hoc*<sup>241</sup>.

Lo anterior no debe llevar al error de concluir que las ideologías están asociadas, únicamente, con la dominación. Van Dijk desarrolla una noción más amplia de ideología, relativa a cualquier tipo de grupo social, independientemente de la posición social específica que ocupe. Tanto el abuso de poder, como la solidaridad y la resistencia, requieren estar organizados ideológicamente. Todas las ideologías, por definición, representan los intereses de un grupo social específico. Si la posición dominante no es común a todas las ideologías, el conflicto, en cambio, como se indicó, sí lo es. Precisamente por representar intereses de grupos, por definición las ideologías entrañan conflicto. Ello no significa que todos los conflictos entre grupos tengan una dimensión ideológica (aunque sí la mayor parte) ni que toda diferencia ideológica entre grupos derive en un conflicto (declarado)<sup>242</sup>. Podrían, por ejemplo, compartir algunos intereses u objetivos de un orden más elevado, que disuadan el conflicto social entre ellos (1999: 213-215).

Una forma de conflicto ideológico que no implica necesariamente el conflicto social (declarado), puede estar basada en la competencia entre grupos. Grupos que, por ejemplo, persigan un mismo objetivo pero por distintos medios o que se disputen los mismos recursos sociales. Nuevamente, no toda competencia social requiere fundamentos ideológicos (puede ser entre grupos con la misma ideología o, simplemente, ser interpersonal). Las diferencias ideológicas entre grupos, en cambio, sí es muy usual que impliquen competencia entre estos (sea por recursos sociales escasos, materiales o simbólicos, o, al menos, por el reclutamiento de nuevos miembros)<sup>243</sup>. Entre esos grupos en conflicto, empero, puede haber relaciones de cooperación, ideológicamente

---

<sup>240</sup> La legitimación (sobre la que se profundizará más adelante), como práctica social discursiva, solo será necesaria en contextos de oposición y contienda social (1999: 210).

<sup>241</sup> La legitimación sí puede ser *post hoc*, pero esta supone oposición, que a su vez implica (porque es reacción ante la) dominación (o intento de), que requiere un mínimo de cognición social compartida (1999: 208-211).

<sup>242</sup> Por conflicto, el autor no entiende cualquier diferencia de opinión. Implica, más bien, formas de dominación, discriminación unilateral o mutua, u otras prácticas sociales en las que los miembros de un grupo son favorecidos por sobre los del otro, en la interacción social.

<sup>243</sup> Las leyes, la paz social o la cooperación, pueden ser frenos a los conflictos (declarados) incitados por las diferencias ideológicas. En esos casos, la lucha ideológica se transfiere al nivel de la “persuasión discursiva mutua” (1999: 215-216).

fundamentadas o no<sup>244</sup>; de modo que oponentes ideológicos pueden ser, a la vez, aliados en pro de algunos objetivos o resguardo de algunos intereses.

c) Élites:

Con el término “élites”, Van Dijk se refiere a los escritores, pensadores, políticos, académicos, periodistas, etc., que funcionan como “ideólogos” de los grupos. Descarta las dos alternativas extremas, según las cuales las ideologías, o surgen de forma espontánea entre el colectivo de miembros de un grupo o, por el contrario, son inventadas por las élites que, posteriormente, las inoculan en los miembros comunes del grupo. En cambio, teoriza que en la formulación/reproducción de las ideologías, que es tanto de arriba hacia abajo como de abajo hacia arriba, esas élites tienen un “papel especial” (preformulan y estimulan el debate ideológico), debido a su acceso preferente a, y control sobre, el discurso público, los medios de comunicación y la educación. Estas personas no solo tienen acceso a formas más variadas del discurso, además pueden comunicar más a menudo y más explícitamente la ideología del grupo (de forma más minuciosa y articulada)<sup>245</sup>. Así, también, suelen estar más familiarizados con los argumentos de sus oponentes y ser más hábiles para contra-argumentarles. Aunque, como se ve, su función es crucial dentro de los grupos, no hay una distinción claramente marcada entre los “ideólogos” y los miembros comunes (1999: 218-220).

En consecuencia, aun cuando algunas “ideas” puedan ser “inventadas” inicialmente, o al menos expresadas públicamente, por individuos específicos, constituirán una ideología solamente cuando sean compartidas y sostenidas por un grupo. Esa “aceptación” de las opiniones e ideas de unos pocos, por parte de una base social más amplia, puede presuponer experiencias relevantes compartidas o deberse a que constituyen la formulación explícita de ideas más o menos implícitas sobre “lo que estaba mal”, sobre “lo que había que hacer”. Significa, en suma, que el desarrollo de las ideologías es un proceso social bidireccional. Es decir, las actitudes en las cuales se basan esas construcciones más elaboradas (por las élites), pueden haber estado ya ampliamente

---

<sup>244</sup> Mientras el conflicto declarado y la lucha, necesitan fundamentación ideológica, la cooperación como tal no requiere sustento ideológico, bastando para que ocurra, un objetivo o actitud común que organice el logro conjunto de la acción social (1999: 216).

<sup>245</sup> No concibe las ideologías solo en términos de sistemas explícitos, detallados. Unos pocos principios básicos, que organicen las actitudes de los miembros del grupo, pueden ser suficientes para definir una ideología fundamental, que monitoree las prácticas sociales (entre ellas, el discurso). En ocasiones, un solo valor básico, puede bastar para construir una ideología si se aplica a la evaluación de la posición del propio grupo.

compartidas por grupos mayores. Liderazgo e influencia de arriba hacia abajo, experiencia y acción de abajo hacia arriba. De modo que el discurso de élites que no exprese opiniones populares, difícilmente producirá un movimiento popular. En el mismo sentido, los líderes más influyentes son aquellos capaces de articular mejor las preocupaciones y experiencias del grupo como un todo (1999: 221-222).

d) Ideologías dominantes:

Van Dijk se aparta de la tradición que restringe la noción “ideología” a las ideologías dominantes. A la vez, cuestiona la existencia de una ideología dominante (monolítica, coherente), común a todos los grupos de la clase dominante en una sociedad. Lo que sí ocurre, explica, es que diversos grupos (los “más importantes” políticos y “más importantes” periodistas, por ejemplo), parte de “la” clase dominante, desarrollan, por separado, ideologías específicas de grupo (adaptadas a su posición, objetivos e intereses), a la vez que comparten “fragmentos” de ideología entre sí, en virtud de sus intereses en común como clase dominante. Esos fragmentos de ideología parcialmente compartidos, responden a su posición relativa respecto de los grupos no dominantes. Así, a pesar de sus intereses conflictivos y competitivos, estos grupos comparten los fragmentos de ideología que sustentan y legitiman su posición dominante, los cuales son compartidos a través de la comunicación y el discurso. Su presencia destacada en los medios de comunicación, no solo acredita las relaciones de cooperación entre estas élites, sino que, además, refuerza su hegemonía. Así, los grupos de élite dominantes tienen un acceso preferencial a los medios, de modo que, aún cuando en ellos y desde ellos, sean “ocasionalmente criticados... su representación global es generalmente favorable o, como mínimo, respetuosa”. Lo que provoca que, a través de los medios, otros grupos de élite y sus discursos, puedan, al menos, alcanzar al público en general: tener “una voz pública efectiva” (1999: 227-229)<sup>246</sup>.

C) Discurso

a) Contexto y modelos de contexto (propiedades situacionales):

El contexto es determinante en la producción y comprensión (2012: 40-42) del discurso, pero no en tanto condiciones sociales “objetivas”, sino como representaciones

---

<sup>246</sup> Si las formas moderadas de ideologías opositoras tienen algún acceso a los medios de comunicación, es porque (y en la medida que) no son inconsistentes con las “fracciones significativas” de las ideologías de las élites dominantes.

mentales de (parte de) estas, que construyen los usuarios del lenguaje. Aún así, Van Dijk admite la importancia de ese “entorno” del discurso y lo define como “el conjunto estructurado de todas las propiedades de una situación social que son posiblemente pertinentes para la producción, estructuras, interpretación y funciones del texto y la conversación”. Importantes porque exhiben (mediante las prácticas cotidianas de los actores sociales), las relaciones de dominación, competencia y resistencia, entre los grupos. Así, especificar los contextos permite tener un panorama de los detalles del desarrollo de los conflictos sociales y sus ideologías subyacentes<sup>247</sup>.

A diferencia de la mayor parte de estudios sobre el contexto, que suponen que sus propiedades afectan directamente las propiedades del discurso, Van Dijk niega que exista esa relación directa, entroncando así con la comprensión que ya la sociología fenomenológica hacía de las situaciones sociales (2011: 48). El contexto solo puede influir en el discurso a través de las formas en que son construidos subjetivamente por los usuarios de la lengua, y esto ocurre en modelos, llamados “de contexto”, que representan cómo los participantes de un evento comunicativo interpretan mentalmente las propiedades de la situación social que, en ese momento, son relevantes para ellos. Su importancia es cardinal porque controlan todos los aspectos pragmáticos del discurso (2012: 116), todas las propiedades que pueden variar en función de la interpretación de la situación social, incluidas la retórica y el estilo. Los modelos de contexto, además, tienen un componente evaluativo. Es decir, que, junto a las creencias fácticas sobre la situación social, incluyen opiniones sobre esta, sobre todo atinentes al interlocutor, a quien escuchamos/leemos o a quien nos dirigimos. Todo lo cual influye en nuestra interpretación del discurso o en la forma en que elegimos dirigirnos a quienes nos leen o escuchan (modelo del receptor). Opiniones que pueden constituir casos particulares de actitudes socialmente compartidas (2011: 124). Otro tanto podría decirse del conocimiento incorporado en los modelos de contexto. Es por lo anterior, que los modelos de contexto integran la interfaz entre representaciones socialmente compartidas y la conversación o texto personal. Así, el usuario del lenguaje combina las representaciones sociales, con sus propios conocimientos y opiniones basados en experiencias personales, permitiendo que estos modelos funcionen como interfaz entre la cognición social (y la

---

<sup>247</sup> De modo que los modelos de contexto son las representaciones que los usuarios del lenguaje construyen sobre las situaciones sociales en que se encuentran inmersos a la hora de producir o comprender el discurso. Estas, a su vez, están determinadas por el entorno social “objetivo” de los discursos. (1999: 266-267).



estructura social) y el discurso; entre la macroestructura y la microestructura, entre la ideología y el discurso (1999: 267-268).

El proceso de construcción de los modelos de contexto es dinámico. Representan la interpretación en desarrollo de la situación social<sup>248</sup>. Aunque pueden ser inicialmente (y en parte) planificados (2012: 42), la interacción en curso impondrá la actualización continua, pudiendo, sobre la marcha, cambiar por completo la interpretación de, por ejemplo, los objetivos del interlocutor. Así, incluso los fragmentos que se vayan produciendo del propio discurso, formarán parte, conforme se realicen, del “contexto previo” construido para producirlo o comprenderlo. Además, en los modelos de contexto (que tienen al discurso como la categoría relevante de acontecimiento), el sí mismo ocupa un papel central. La perspectiva y la posición social del sí mismo, constituye el núcleo del modelo, “que representa lo que estoy haciendo cuando me comunico”. Debe añadirse que, tanto los modelos generales de experiencia, como los modelos de contexto, representan solamente experiencias personales puntuales, específicas, de acontecimientos sociales. Pero la memoria episódica también muestra información más general, como creencias y opiniones, sobre uno mismo y los otros. El contenido de este conocimiento general, pero personal, también es fundamental en la formación y actualización de los modelos de contexto. En suma, los modelos de contexto están formados por información proveniente de las siguientes fuentes: a) esquema general u objetivos y expectativas de la situación social presente; b) modelos previos activados; c) creencias personales generales sobre una situación; d) creencias socioculturales sobre eventos comunicativos; y, e) partes previas del discurso en desarrollo (o del texto). Esta variedad de fuentes son las que permiten que los modelos de contexto funcionen como interfaz entre las ideologías y los discursos (1999: 269-270).

Cabe aclarar que el contexto, en tanto modelo mental, no puede reducirse al discurso. Sus propiedades siguen siendo, en buena medida, implícitas. Necesitan “inferirse a partir de estructuras y variaciones del discurso utilizadas en diferentes situaciones sociales” (2012: 43). Establecido lo anterior, conviene examinar algunas de las dimensiones constitutivas del contexto (2012: 122-123). Cada contexto presenta una serie de propiedades situacionales que, en forma de constructos mentales (personales),

---

<sup>248</sup> Los modelos de contexto son un tipo especial de modelos de experiencia. Estos los construimos durante todo el tiempo que estamos conscientes. La representación de la situación social en la que nos encontramos durante un evento comunicativo, es solo una de esas experiencias cotidianas.

constituyen categorías en esquemas de modelos de contexto, de los cuales algunos son los siguientes:

a') Dominio.

Normalmente los eventos comunicativos están ligados a un “ámbito” o dominio social. El dominio es la propiedad contextual específica que define clases globales de género, tales como el discurso político (en el “ámbito de la política”), o el discurso jurídico (en el dominio del Derecho). A los participantes les da una orientación general para manejar las funciones y circunstancias de los eventos comunicativos (2012: 47-48). Como los dominios pueden estar relacionados con actividades profesionales de grupo y las ideologías pueden estar asociadas con esos grupos, los dominios pueden funcionar como sectores de la sociedad en los cuales los grupos definen su identidad, ejercen sus actividades, realizan sus objetivos, interaccionan (conflictivamente) con grupos relevantes y ejercitan su poder, a la vez que controlan y protegen sus recursos. Así, los dominios pueden estar ideológicamente protegidos por los grupos como su dominio, en el que otros grupos no deberían “interferir”. Por eso la legitimación es una función de los eventos comunicativos sensible a los dominios (1999: 270-271).

b') Tipo de evento comunicativo.

Los eventos comunicativos pueden clasificarse por géneros, que permiten a los participantes categorizarlos globalmente y, así, planificar, manejar la interacción en desarrollo, recordar y comprender un tipo de evento en particular. Son relevantes, porque del conocimiento de sus características depende que los participantes controlen numerosas propiedades formales del discurso (la organización esquemática, el estilo, entre otros) y sus tópicos (1999: 271, 2012: 47-48).

c') Funciones.

Los géneros usualmente tienen funciones específicas en una secuencia de acción o dominio particular (son condición, consecuencia u objetivo de otros actos o acontecimientos sociales). Por eso, en la realización de sus discursos, los usuarios orientan el evento comunicativo hacia esas funciones globales, adaptando muchas propiedades del mismo (o su comprensión de este), a esas funciones. Los actores sociales, como miembros de grupo, tienen representaciones ideológicas de las funciones de sus prácticas discursivas.

d') Intención.

Son los “planes” para la acción inmediata siguiente (2012: 129). Los participantes construyen modelos de lo que quieren hacer en el contexto presente. El discurso es producido para realizar la intención. Esas intenciones, sobre todo en la interacción conversacional, pueden ser negociadas y modificadas, sin perjuicio de que los usuarios manejen su discurso (conversación o texto) de acuerdo con esas intenciones. Estas, a veces, son exhibidas en posiciones estratégicas del discurso (“yo llamo para”, “este artículo tratará sobre”). Pero, por otro lado, el ocultamiento de las “intenciones reales” es importante ideológicamente: el tipo de evento comunicativo está esencialmente relacionado, para el hablante o escribiente, con intenciones específicas. Si los receptores no son capaces de percibir esas intenciones, pueden ser manipulados. Los receptores construyen continuamente las posibles intenciones de sus interlocutores, aún cuando estas no aparezcan explicitadas en el discurso. Y como las intenciones controlan no solo lo que se quiere decir, sino también lo que no se dice, lo no dicho puede ser interpretado por los receptores como parte de lo que sus interlocutores quieren (en cierta forma) decir con su emisión. Aún más, para Van Dijk, comprender una acción es una reconstrucción tentativa de su modelo intencional, inferido de los “haceres” observables en un contexto de interacción: los participantes tratan de deducir lo que sus interlocutores quieren decir a partir de sus “haceres” exhibidos (1999: 272-274).

No obstante su carácter personal, las intenciones cumplen funciones ideológicas: las intenciones, siendo planes para la acción, pueden (con una base ideológica) representar planes para actividades específicas de grupo, incluir normas y valores sobre cómo debe hacerse aquello, identificar la posición social de sí mismo (como emisor) con la del grupo, considerar recursos sociales específicos (como el acceso al discurso público), y, sobre todo, representar las actitudes sociales. De modo que las ideologías pueden “llegar” a las estructuras del discurso a través de las intenciones de los emisores: el discurso es intencional y esas intenciones pueden extenderse a propiedades específicas del discurso (como los actos de habla, los tópicos y algunos elementos de estilo) (Van Dijk, 1999: 274-275)<sup>249</sup>.

---

<sup>249</sup> No todas las estructuras del discurso son intencionales. Estructuras superficiales como la entonación o la estructura sintáctica de la frase, así como dimensiones semánticas más detalladas, pueden ser expresiones relativamente automáticas de la representación del contexto.

e') Propósito.

Los propósitos u objetivos, son modelos (representaciones) mentales de las consecuencias deseadas de una actividad intencional (actos discursivos incluidos) (2011: 70-72). Eso implica que, a diferencia de las intenciones, su realización depende más “del estado del mundo y de las actividades de otras personas” (2012: 130) y que, al igual que las intenciones, son personales. Eso los diferencia (a los propósitos) de las funciones, que son sociales. Cabe resaltar que discursos con diferentes funciones sociales pueden ser llevados a cabo con el mismo “propósito en mente”, lo que podría tener implicaciones con base ideológica: la manipulación tiene por objeto lograr un discurso del cual los receptores no conocen o comprenden los propósitos últimos (1999: 275). Es decir, su carácter personal no supone que los propósitos sean ajenos a motivaciones de grupo o ideológicas. Van Dijk apunta que tanto esta categoría como la de “intención”, están estrechamente vinculadas a la de “motivaciones”<sup>250</sup> (proveniente de la psicología social). Estas últimas también pueden basarse en el conocimiento social y en las ideologías y pueden explicitarse u ocultarse estratégicamente en el discurso (2011: 72-75).

f') Rol de participante.

En los eventos comunicativos, los actores sociales actúan varios tipos de roles. Intervienen como hablantes/escribientes y oyentes/lectores, y, cuando hay interacción, se alternan estos roles. Ese esquema puede complejizarse, sobre todo en las situaciones institucionales (como el presentador de noticias que lee una nota redactada por otra(s) persona(s) (2011: 194), o el invitado a un *talk show* que, aunque se dirija a su anfitrión o contertulios, sus “destinatarios reales” son los televidentes).

g') Rol profesional.

En los eventos comunicativos, los participantes pueden ejercer distintos roles profesionales. Pueden, en ese caso, obtener sus roles comunicativos de sus roles profesionales, legal o socialmente establecidos; lo que, en consecuencia, asocia los roles profesionales con determinados roles de participante (además de con tipos de eventos comunicativos y géneros discursivos). De modo que el rol profesional es otra categoría de los modelos de contexto cuando está sistemáticamente relacionado con estructuras del discurso (como los tópicos, el estilo o el género). La implicación ideológica yace en la

---

<sup>250</sup> Conscientes o inconscientes, racionales y emocionales, parte del proceso cognitivo de toma de decisión que precede a la acción.

relación entre el rol profesional y el de participante, así como entre el primero y el género, y sobre todo en la dominación (con base ideológica) reproducida en el habla, que permite que en la interacción un participante limite los “derechos” de los coparticipantes (1999: 279-280).

#### h') Rol social.

Otro tipo de rol, con el que puede intervenir en un evento comunicativo, es el social. A diferencia de los roles de participante, no está limitado a las contribuciones al texto y la conversación. A diferencia de los roles profesionales, no requieren estar ligados a instituciones u organizaciones. Así, se puede participar como amigo, enemigo, defensor, oponente, aliado, etc. Roles que se representarán en características específicas del discurso, como las formas de tratamiento, movimientos conversacionales de cortesía, estrategias de autopresentación positiva, presentación negativa de otros, argumentos y retórica favorable o desfavorable (pudiendo, tales posturas, ser parte de la reproducción de una ideología). Al igual que con los roles de participante, el rol social puede funcionar con relaciones indirectas: oponerse a un hablante puede significar oponerse a su jefe o a la organización a la que pertenece, y hablar como miembro de un grupo puede interpretarse como una defensa de la postura del grupo mismo. En suma, las ideologías (que implican polarización y relaciones de competencia), se proyectan sobre los roles sociales (en los modelos de contexto). Un grupo (y “los otros”), así como su ideología asociada, se manifiestan y reproducen por la posición que sus miembros adoptan en situaciones de debate. De modo que los roles sociales son representaciones contextualmente variables de posiciones (posiciones ideológicas incluidas) (1999: 280-281; 2003: 170-171; 2011: 201-206).

#### i') Afiliación, pertenencia e ideología.

Las afiliaciones desempeñan un papel destacado en el contexto. Los participantes en roles profesionales usualmente no hablan “por ellos mismos”, sino como representantes de una organización o institución. Algunas de estas afiliaciones pueden ser muy estrictas y legalmente establecidas (también en relación con tipos de eventos comunicativos), otras pueden ser más flexibles, variables y negociables. La consecuencia más relevante de esto es que el participante “representante” arrastra las ideologías institucionales al contexto en desarrollo, pudiendo estar habilitado u obligado (por hábito o norma) a representar los “intereses” de la organización, de modo que, en su discurso,

esos compromisos ideológicos se manifestarán de múltiples maneras. En mayor grado que cualquier otra categoría del contexto, la pertenencia a un grupo social es lo que proyecta las ideologías a los eventos comunicativos. De forma más general que las afiliaciones, los participantes pueden intervenir como miembros de grupos o categorías sociales (sin perjuicio de los distintos roles o afiliación que ostenten). Las personas participarán como hombres, mujeres, blancos, negros, jóvenes, viejos, etc. Como tales serán categorizados por ellos mismos y actuarán (discursivamente) en consecuencia. Así también, las personas de diferentes grupos o categorías, serán definidas y tratadas como tales, por los coparticipantes, en el evento comunicativo. En la medida en que esos grupos y categorías sociales son la base de las ideologías, estas pertenencias se exhibirán en las prácticas sociales comunicativas (1999: 281-282).

Finalmente, Van Dijk da un giro para “cerrar el círculo”: ha quedado establecido que las ideologías, indirectamente, pueden controlar las categorías de los modelos de contexto construidos para el discurso. Ahora añade que una de esas categorías es, en sí misma, la correspondiente a las ideologías de los participantes. De modo que el control ideológico no es externo, sino interno; es decir, se produce a través de las creencias de los mismos participantes. Así, al participar en una conversación como antirracista, esta posición influye en el modo en que construyo el contexto presente, así como influye, también, sobre lo que digo y cómo lo digo. Los participantes representarán en sus modelos de contexto, igualmente, parte de las creencias que suponen de sus coparticipantes, a efecto de moldear el discurso de acuerdo con ello (1999: 285).

j’) Participantes ausentes.

Los roles arriba conceptuados atañen a personas involucradas en el contexto comunicativo. En principio, aunque los discursos también sean sobre otras personas (no presentes en el contexto), teóricamente estos referentes son una propiedad del significado del discurso; esto es, parte de un análisis semántico y no pragmático del contexto y, por ello, parte del modelo de acontecimiento (no de contexto), parcialmente expresado por el discurso. Aún así, Van Dijk señala que estos “otros sociales” podrían, en algunos casos, incluirse como participantes ausentes en el contexto. Ciertamente, las ideologías, al relacionar a los participantes comunicativos con los otros sociales (como miembros de otros grupos), son proyectadas en los significados del discurso. Pero, en la medida en que la conversación entre participantes puede estar oblicuamente dirigida, en un contexto social más amplio, a los otros sociales, estos no se tornan relevantes solo semánticamente, sino

también pragmáticamente. Así, los coparticipantes estarían hablando sobre los otros (como parte del grupo que se tiene en la mira) y, al mismo tiempo, indirectamente, pueden estarse dirigiendo a ellos social e ideológicamente (1999: 283).

Infografía 1



b) Reproducción:

Las ideologías (que por “naturaleza” tienden a permanecer) se reproducen por medio de prácticas sociales. Una de ellas es el discurso. La reproducción implica que las personas involucradas no solo repiten algo sino que, a la vez, lo crean (producen algo nuevo), y que lo hacen de forma reiterada (en prácticas sociales -discurso incluido- rutinarias, cotidianas). Teóricamente, además, la noción sirve para unir la brecha entre el macronivel y el micronivel de la estructura social. Sistemas abstractos, como las ideologías o las lenguas naturales, se manifiestan en, y persisten a través de, prácticas sociales de los actores sociales en el micronivel. El elemento activo de la producción es importante: los sistemas no solo se aplican o utilizan pasivamente; al hacerlo, se constituyen y reconstituyen y, por esos usos contextuales de muchos actores sociales,

cambian gradualmente. El desarrollo gradual de las ideologías de un grupo, se basa en esas prácticas sociales (1999: 287-288).

Además de esta relación sistema abstracto-prácticas reales, hay otra dimensión macro-micro concernida en la reproducción: la relación entre el grupo y sus miembros. Si los grupos se reproducen reclutando nuevos miembros, las ideologías lo hacen sumando nuevos usuarios. Mediante la socialización u otros procesos que impliquen compartir representaciones sociales (enseñanza, prédica, propaganda), nuevos miembros aprenden a utilizar una ideología que, así, se reproduce. Significa que, además del discurso ideológico explícito, esa adquisición de la ideología puede darse haciendo inferencias del discurso u otras prácticas sociales, sobre qué opiniones se comparten en el grupo. Aquí se vuelve muy relevante el mecanismo de inferencia en las relaciones intragrupales. Así como se pueden inferir creencias de historias repetidas en los medios de comunicación, también es posible sobregeneralizar experiencias personales en conversaciones entre miembros del grupo. No se trata, entonces, de un hecho unilateral, pasivo, sino de un proceso cooperativo, que involucra a personas que “ya saben” con otras que “aún no saben”, pero que están dispuestas a la inculcación/adopción de las representaciones socialmente compartidas de un grupo (1999: 288).

Aparte de las dimensiones macro-micro, la reproducción une las dimensiones local/contextual con la global/descontextualizada (2012: 117). Cuando los miembros aprenden a hacer deducciones de un caso o a expresar una opinión ideológica en un contexto, son capaces de hacer el mismo ejercicio en casos y contextos similares. De modo que la reproducción no ocurre solo de arriba hacia abajo y de abajo hacia arriba, sino también del caso particular al tipo y del tipo al caso particular, del aquí y ahora, al “allá” y “en cualquier momento”. La reproducción, en suma, implica generalización (frecuentemente sobregeneralizaciones, base de los prejuicios o estereotipos). Esas distintas formas de reproducción ideológica, pueden ser discursivas. La reproducción ideológica puede ocurrir en la construcción de los modelos de contexto, cuyas categorías pueden estar ideológicamente influidas. Una de ellas es el rol. Los participantes pueden intervenir como hombres, periodistas u obreros, y poner en práctica (o descuidar) las representaciones sociales, incluyendo las ideologías, relacionadas con su identidad social. Al identificarse con, o voluntaria o involuntariamente representar a su grupo, categoría o institución, contribuyen a la reproducción de las ideologías asociadas a esas formaciones sociales (1999: 288-291).



Sin perjuicio de lo anterior, los alineamientos ideológicos no son directos, como tampoco su proyección en el discurso a través de los modelos de contexto. Por eso, la imagen resultante (en los discursos concretos de participantes específicos), puede ser, en muchos casos, contradictoria o no consistente ideológicamente. En consecuencia, puede hablarse de reproducción ideológica solamente cuando hay “suficientes” ejemplos de expresión ideológica. Lo “suficiente” es variable. Puede ser cuantitativo (“la mayor parte del tiempo”) o no. En la práctica habrá una amplia gama de expresiones ideológicas que, siendo regulares, frecuentes, esporádicas o aún únicas (sutiles o explícitas), permitan a los coparticipantes y observadores, sacar conclusiones sobre las ideologías subyacentes (1999: 291-292).

Un elemento destacable de la reproducción ideológica a través de los modelos de contexto creados para la comprensión del discurso y su “aceptabilidad” es la credibilidad. La credibilidad es un elemento del proceso de aceptabilidad (criterio central en la reproducción de las ideologías) y es una función de la pertenencia a un grupo del hablante/escribiente y, por ende, una categoría del contexto. La aceptabilidad, entonces, depende de la interpretación/evaluación de las estructuras del contexto, especialmente los roles y posiciones (prestigio asociado) de los participantes. Otras categorías, como las de dominio o tipo de evento comunicativo<sup>251</sup>, pueden, por la misma razón, ser conducentes a la reproducción ideológica. Aún más influyentes en la reproducción ideológica que las categorías del contexto, son las estructuras mismas del discurso. Las ideologías pueden proyectarse en todos los niveles y dimensiones del discurso (gráficos, entonación, sintaxis, significados locales y coherencia, tópicos, estilo, retórica, actos de habla, y rasgos interaccionales). Ocurre, principalmente, a través de los significados y funciones subyacentes. Así, para transmitir persuasivamente el contenido ideológico, la semántica del discurso, su variación (2012: 278-279) desempeña el papel central (1999: 292-293). Las variaciones semánticas tienen consecuencias en la construcción de los modelos, que, a su vez, pueden contribuir a la confirmación o construcción de representaciones sociales. Por ejemplo, un tópico o macroestructura semántica, al representar información dominante, induce a que a esta se le preste más atención y, en consecuencia, sea utilizada para construir proposiciones clave en los modelos (2012: 274-278). Si ese tópico es repetido constantemente, la construcción del modelo puede tornarse rutinaria y generalizarse así una actitud específica. Dependiendo de la sutileza de los sesgos y de la

---

<sup>251</sup> La ciencia, un reportaje noticioso o un aula, por ejemplo.

capacidad de los receptores, estos también podrían rechazar, por no creíbles, esas expresiones prominentes y, entonces, no construir el modelo que se pretendía “reproducir”.

Finalmente, es importante precisar cuáles estructuras del discurso y de qué forma pueden ser controladas. En algunos casos, como en los programas de TV, resultado de complejos procesos de producción, el control de las estructuras del discurso es compartido (la mayoría de los participantes, o al menos los más influyentes, deben estar ideológicamente en la misma línea). Otra cuestión relacionada es la capacidad que tienen los hablantes/escribientes para traducir sus ideologías a las propiedades del discurso: la elección de un tópico negativo con el objeto de despreciar a los otros “es fácil y directa”, y consiste en la proyección de modelos de acontecimiento ideológicamente tendenciosos sobre el discurso. Pero otras estructuras, como la sintaxis o la elección de las metáforas, están controladas conscientemente solo de forma moderada, o no lo están del todo. Así, la influencia ideológica del discurso puede no ser intencional y ser expresiones automáticas de modelos tendenciosos. Lo que no impide la reproducción ideológica: al no haber autocensura, se da sin que los hablantes estén conscientes de ella. De modo que, además de la manipulación explícita de modelos y representaciones sociales, la reproducción ideológica se puede dar sin intencionalidad a través de procesos de producción del discurso rutinarios o dados por sentado (1999: 294).

#### c) Persuasión:

El discurso, mediante distintas estrategias, puede ser utilizado persuasivamente en la formación o cambio de las ideologías. Ello con miras a lograr determinados “efectos” en las mentes de los miembros del propio grupo o en las de los miembros de otros grupos. Para Van Dijk, el análisis de la persuasión debe estar basado en la teoría de la cognición y el procesamiento del texto/conversación, lo que, como enfoque, tiene varias consecuencias (1999: 304-305).

Primero, que la comprensión e influencia del discurso son un proceso complejo, función tanto de las estructuras del discurso, como del procesamiento y representación mental del receptor. Así, si las personas son influidas o no, y cómo, también depende de lo que ya saben y creen. Segundo, que la comprensión del discurso no implica, solamente, el procesamiento de las estructuras del texto/conversación, sino también las estructuras del contexto (tal como es construido subjetivamente por los receptores en sus modelos de contexto). Tercero, que la influencia de los discursos en las creencias evaluativas tiene

como prerequisite que estos sean, al menos, marginalmente comprendidos (la persuasión presupone la comprensión). Cuarto, que es necesario diferenciar entre los distintos tipos de creencia evaluativa susceptibles de modificación por el discurso persuasivo. Las opiniones personales están representadas en los modelos de acontecimiento y contexto (almacenados en la memoria episódica). Las opiniones socialmente compartidas, en cambio, están representadas en las actitudes e ideologías (almacenadas en la memoria social). Las primeras pueden ser particulares o abstractas. Las segundas, normalmente, son generales, desligadas del contexto y, aunque también pueden cambiar, requieren, para ello, de un proceso más lento. Quinto, que así como el discurso persuasivo se puede dirigir a la formación o cambio de una opinión en particular -la del receptor- en el momento de su producción, también, una gran cantidad de discursos pueden tener efectos persuasivos sobre un gran número de miembros de grupo y, de esa forma, construir o cambiar gradualmente sus representaciones sociales. Es el caso del aprendizaje más “estructural”, como el dirigido desde el sistema educativo o desde los medios de comunicación. La adquisición y cambio de ideologías pertenecen a este último tipo de persuasiones sobre la “mente social” (1999: 305-307).

La adquisición de nuevas ideologías o su modificación no se produce sobre una “tabla rasa” mental; hay una serie de condiciones cognitivas implicadas. Antes de que las ideologías se adquieran o cambien, las personas tienen ya (representadas) muchas creencias fácticas y evaluativas. Durante los procesos de socialización, el conocimiento personal sobre personas y acontecimientos se va extendiendo con las creencias socialmente compartidas. Es así como se aprende que otras personas tienen similares o distintas creencias y como se aprende a aceptar o rechazar lo que otros dicen. Esa es la razón, además, por la que la persuasión ideológica se ve facilitada por falta de conocimiento social y político; por la carencia, de parte de los receptores, de opiniones alternativas; o porque las proposiciones ideológicas sobre las que se persuade no estén en conflicto con las experiencias personales del receptor. Las personas, también, han aprendido a distinguir entre creencias fácticas (verdaderas o falsas) y creencias evaluativas, que representan evaluaciones personales de situaciones, objetos y personas. Han aprendido, además, a distinguir entre sus opiniones y las de otros, y que tanto unas como otras, junto con los conocimientos, pueden cambiar a consecuencia de lo que se dice. Los conocimientos mediante criterios de verdad que sustenten los hechos, como la evidencia, la observación, la inferencia o la credibilidad. Las opiniones, a través de “buenos argumentos” basados en hechos o en valores (1999: 307-308).

En un estadio posterior, se aprende a discernir que la distribución de las opiniones de los “otros” no es azarosa, sino que diversos tipos de personas tienden a tener tipos específicos de opiniones. Esa comprensión se puede adquirir indirectamente, gracias a la propia observación e interacción, o directamente por medio del discurso, al leer o escuchar a otros decir que la pertenencia a un determinado grupo está relacionada con lo que determinada gente (sus miembros) piensa. Junto a las anteriores condiciones cognitivas de la persuasión ideológica, son importantes, también, las condiciones sociales. Las personas han aprendido que la interacción social (el discurso incluido) es relevante para la adquisición o cambio de opiniones; que deben defender las suyas contra las de los otros; y que unas y otras están normalmente relacionadas con la pertenencia de la persona a un grupo o categoría. Por eso, las ideologías son tanto una construcción cognitiva como social: son mentalmente compartidas con otros como formas de cognición social y son socialmente producidas con otros como miembros de grupo (1999: 308-309).

Además de adquirir la competencia social para comprender las opiniones de los otros, las personas saben que estas se expresan en el texto/conversación (usualmente en forma de argumentos) y que pueden presentarse de forma persuasiva. Así también, desde la infancia se empieza a entender que las interacciones discursivas cotidianas (con sus opiniones de por medio), forman parte de ordenamientos, organizaciones e instituciones sociales más amplios (sacerdotes en los sermones, maestros en las aulas, madres en el hogar). La recurrencia de las mismas opiniones, en las mismas situaciones sociales y expresadas por miembros del mismo grupo, favorece que los sistemas de creencias sociales sean asociados a estructuras, grupos e intereses sociales específicos. De esta forma se adquiere, progresivamente, la noción de “actitudes de grupo” (1999: 309-310). Por la complejidad social y cognitiva implicada, podría concluirse que la noción de ideología (y las ideologías mismas) se adquieren, gradualmente, durante la adolescencia; esto es, hasta que se haya aprendido qué significa ser miembro de un grupo (con su complejo esquema de categorías que definen identidad, objetivos, normas, actividad y relaciones de grupo). Lo que conlleva: pasar de pensar en términos de “yo”, a hacerlo en términos de “nosotros” y “ellos”; distinguir diferencias entre grupos; identificarse con el propio grupo; participar en sus actividades; compartir algunos de sus objetivos; sujetarse a sus normas; haber participado en la interacción/conflicto entre grupos; y haber tenido acceso (o no), en función de ello, a recursos sociales.

Bajo estas condiciones cognitivas y sociales, los miembros sociales se encuentran, de forma cotidiana, con distintos tipos de discurso. Van Dijk teoriza cómo se desarrolla su comprensión. Para que esos discursos tengan repercusión en la formación de ideologías, necesitan ser comprendidos, y comprendidos, además, como expresión de opiniones. Los discursos que expresan creencias fácticas también desempeñan un papel en la formación de ideologías. Puede bastar que la gente tome lo que se dice como los “hechos” y dé su propia evaluación personal o socialmente compartida de estos sobre la base de valores específicos. Pero, en general, las opiniones que se infieren de los discursos normalmente están “preformuladas” en estos. Comprender esos discursos tiene dos consecuencias cognitivas: 1) la persona representa los acontecimientos en sus modelos de acontecimiento y, al mismo tiempo, las opiniones sobre estos eventos, también, en el modelo de acontecimiento; 2) la persona representa los acontecimientos en el modelo de acontecimiento, pero separa las opiniones expresadas en el discurso como opiniones del hablante/escribiente, y las almacena en el modelo de hablante/escribiente, parte del modelo de contexto. En este segundo caso, la persona podría estar de acuerdo o no con esas opiniones, pero es capaz de representarlas como las opiniones de un hablante/escribiente particular<sup>252</sup>. Si las opiniones se almacenan junto con la representación mental de los acontecimientos mismos (en el modelo de acontecimiento), es presumible que la opinión sea adoptada por el receptor. Las opiniones expresadas en el discurso son evaluadas. Si se ajustan a las personales o sociales generales del receptor, entonces la opinión puede ser provisionalmente adoptada y asociada con el acontecimiento en el modelo de acontecimiento. Si la evaluación es negativa, la opinión se atribuye al emisor y se almacena en el modelo de contexto. Es lo que sucede cuando, por ejemplo, el lector de una noticia construye su modelo sobre un acontecimiento, independientemente de las posibles opiniones tendenciosas del escribiente (1999: 311-313).

El proceso de evaluación de las creencias fácticas expresadas en el discurso es distinto. Una persona ha comprendido -al menos parcialmente- un texto, cuando puede construir un modelo (aunque sea fragmentario) de lo que trata. La cuestión de la verdad o falsedad no es una condición de esa comprensión. Así, para la representación de creencias fácticas (verdaderas o no) los usuarios construyen modelos, de modo que aún

---

<sup>252</sup> Se colige que el receptor realiza esa separación, del hecho de que pueda, con posterioridad, reproducir esas opiniones. Si lo generaliza podría, incluso, concluir que el hablante/escribiente es, por ejemplo, un pacifista o militarista, aún sin recodar los hechos concretos del modelo de acontecimiento.

el discurso falso, para ser comprendido, requiere la construcción de uno. La evaluación de la verdad o falsedad de los acontecimientos representados en el modelo sería independiente. Las opiniones como tales, Van Dijk las representa como proposiciones de creencias evaluativas; es decir, con un predicado evaluativo, donde el predicado es cualquier concepto derivado de algún valor social o cultural. Esta representación las personas la construyen en modelos y es ahí, precisamente, donde las ideologías son determinantes: las ideologías hacen que algunas personas representen como modelos de “hechos” lo que otras representarán como modelos de contexto de opiniones de otras personas. De modo que el tipo de sesgo de las representaciones mentales, como una función de ideologías diferentes, consiste en un sistema de modelos organizado de un modo diferente. Los modelos utilizados en la producción y comprensión del discurso, son afectados por esas distintas representaciones. Tanto en las estructuras del discurso, como en su procesamiento, debería poder apreciarse si se representa un acontecimiento como verídico o si se representa como falso, y, especialmente, debería notarse si las opiniones sobre ese acontecimiento son parte del modelo de acontecimiento o si son atribuidas al emisor (en el modelo de contexto) (1999: 312-314).

Aparece aquí otro “cierre del círculo” en la teoría de Van Dijk: ese proceso en virtud del cual una opinión se incluye en el modelo de acontecimiento o en el de contexto, estaría influido por el propio modelo de contexto, principalmente por la credibilidad del emisor. El modelo de hablante/escribiente (la opinión sobre él incluida) no se construye, solamente, sobre la base de lo que dice, sino también con base en otros factores como el aspecto físico, la reputación o la pertenencia de grupo (lo mismo vale para otros aspectos del contexto, como el tipo de evento o las circunstancias). Factores, todos, que desempeñan un papel esencial, también, en la construcción de los modelos de acontecimiento. En otras palabras, las interpretaciones subjetivas del contexto (sus modelos), proveen los recursos utilizados en la evaluación epistémica de los discursos para la construcción de los modelos de acontecimiento. La persona recurre a su conocimiento personal y social, al igual que a lo que “sabe” sobre el contexto, para decidir si lo que se está diciendo es más o menos verídico. Esto explica, además, la “evaluación ideológicamente tergiversada del contexto” (y, en consecuencia, del discurso): la pertenencia del hablante/escribiente a un grupo, tal como sea percibida, influye en la construcción del modelo de contexto y, a través de este, del modelo de acontecimiento, lo que determina las opiniones y evaluaciones de verdad que se le asignen (1999: 314-315).

Finalmente, el proceso de persuasión alcanza sus últimas consecuencias con las estrategias de generalización y abstracción. Ya contruidos los modelos de acontecimiento y contexto, con las opiniones derivadas de los discursos de opinión (o contruidas por los receptores como opinión propia de los acontecimientos o contextos), esas opiniones serán, a su vez, procesadas para tornarse relevantes en otras situaciones y en el juicio sobre diversos acontecimientos y contextos. Este nuevo proceso es el de descontextualización, abstracción y generalización. Una abstracción de un modelo de acontecimiento o contexto particular, debe poder ser utilizada en la comprensión y evaluación de otros acontecimientos. Ello puede producir modelos personales generales (de experiencias u opiniones) o, también, representaciones sociales compartidas. Las condiciones en que se consolidan esas representaciones sociales no están claras. Entre los miembros sociales de grupo es probable que ocurra un proceso de “normalización”, para concluir que las creencias fácticas y evaluativas específicas son compartidas por muchos: con especial atención en los discursos, las creencias propias (basadas en experiencias personales) son comparadas con las de los otros. Un hablante que está dirigiéndose a otros miembros de su grupo (o un lector, leyendo el artículo de un miembro de su grupo en la prensa) construye modelos de sus interlocutores y sus creencias, y puede generalizar esos modelos en representaciones sociales que incluyen las creencias compartidas del grupo (1999: 315).

Tanto las propiedades de los contextos, como las características específicas de los discursos (las presuposiciones, principalmente), les sugieren a los miembros de grupo lo que, “pareciera”, está generalmente aceptado en el grupo como verdadero o falso. La descontextualización consiste en abstraer y generalizar los modelos de contexto. Esa es la clave para transformar el conocimiento personal en conocimiento social<sup>253</sup>. Algo similar ocurre con las opiniones: si de forma reiterada los miembros sociales representan a muchos otros miembros del grupo expresando una opinión específica, llegarán a generalizar y suponer que esa es una opinión característica de todo el grupo. Así se generalizan, también, las opiniones de los miembros de otros grupos. La diferenciación intergrupala, incluso, podría estar basada, exclusivamente, en la percepción de diferentes

---

<sup>253</sup> Otra variante del proceso de generalización, es el que abstrae ideologías de conjuntos de actitudes (opiniones sociales). En estos casos la descontextualización es de los dominios o circunstancias sociales específicos.

opiniones sociales (sin necesidad de otros criterios de pertenencia social) (1999: 315-316)<sup>254</sup>.

Finalmente, cabe recordar que las ideologías no solo se adquieren de forma indirecta. Puede ser en forma directa, sobre la base de aseveraciones generales de representaciones sociales en el discurso. Se trata de discursos actitudinales o ideológicos explícitos, de los que se pueden derivar proposiciones de opinión relevantes, sin la intervención de modelos. Pero, al no haber “hechos” que sostengan esas representaciones, sus emisores (condición contextual) necesitan ser muy creíbles. La descontextualización, en estos casos, consistiría en que las mismas aseveraciones sean repetidas por muchos otros miembros del grupo. El carácter consensual de la información, por sí mismo, aumentará la credibilidad. Los miembros sociales podrían querer evaluar esas aseveraciones con respecto a sus otras representaciones sociales y entonces pueden: 1) aceptarlas como válidas si son consistentes; 2) suspender el juicio si no hay consistencia; 3) rechazarlas como distorsionadas si son inconsistentes con muchas otras representaciones o, 4) re-evaluar sus representaciones sociales presentes (cambio de actitud) (1999: 316-317).

#### d) Legitimación/deslegitimación:

Una de las principales funciones sociales de las ideologías es la legitimación, acto social y político que se lleva a cabo mediante el discurso. Normalmente se ejerce como reacción discursiva a un desafío a la propia legitimidad, por lo que, pragmáticamente, está “relacionada” con el acto de habla de defenderse, cuyas condiciones de adecuación imponen que el hablante/escribiente ofrezca buenas razones (aceptables) para acciones que son o podrían ser criticadas. Sin embargo, la legitimación no presupone, como las defensas, ataques reales, sino, usualmente, probables. Así, es más que un acto ilocutorio: como la argumentación, se trata de un acto comunicativo más ampliamente definido que requiere más que la emisión de una sola proposición, deviniendo en una práctica discursiva compleja, continuada, que implica un conjunto de discursos interrelacionados. Las personas, en su conversación informal, se justifican. La legitimación, en cambio, se realiza en contextos institucionales, cuando las acciones a las que se refiere no son claramente aceptables. En ella, son esenciales los argumentos, referencias a razones y a cursos de acción que debieron o deben tomarse. De modo que la legitimación es la

---

<sup>254</sup> Así, “nuestras” opiniones pueden llegar a ser razón suficiente para rechazar las de los otros, sin siquiera intentar realizar una evaluación de su validez.



contrapartida institucional de las justificaciones que realizan las personas, que en estos casos intervienen como miembros de una institución, detentando un rol, pues la acción se justifica, discursivamente, en términos de derechos y obligaciones asociados con ese rol. La legitimación presupone, en consecuencia, dos factores a considerar. Primero, en la medida en que el actor institucional dice respetar normas comúnmente aceptadas, se ubica dentro del orden moral prevaleciente. Son discursos que presuponen normas y valores; que afirman, de forma explícita o implícita, que tal decisión o acción es “justa” dentro del sistema jurídico o político, o dentro del orden moral de la sociedad. Segundo, la necesidad de legitimación de las instituciones presupone restricciones de su poder social (como las establecidas por la ley). Siempre que no se posea un poder absoluto, va a necesitarse de la legitimación rutinaria de las acciones (1999: 318-320).

En general, dada la vinculación entre la legitimación y el poder institucional, “el discurso de legitimación es prototípicamente político”. Así, salvo casos excepcionales, tiene una dirección de arriba hacia abajo: élites e instituciones se legitiman con respecto a clientes o ciudadanos. No solo personas (individuales) en una posición oficial se encargan de la legitimación. Los actores institucionales pueden hacerlo como una acción colectiva. Tampoco es solo la acción institucional la que necesita justificarse mediante la legitimación. También la posición, el papel o la existencia de la institución misma, pueden requerirlo. Debido a que la legitimación presupone una serie de fundamentos morales o jurídicos para el enjuiciamiento de las acciones, las ideologías devienen en instrumentos básicos de legitimación: proveen a grupos específicos el fundamento del juicio y la acción (representaciones sociales evaluativas, que dirimen juicios sobre lo correcto e incorrecto), lo que a su vez constituye la base para la legitimación del grupo. Las ideologías dan forma a los principios básicos de la legitimación del grupo, especificando las categorías ideológicas de pertenencia, actividades, objetivos, posición social, recursos y, sobre todo, normas y valores. Principalmente estas dos últimas, regulan y organizan las acciones de los miembros del grupo y pueden ser utilizadas para justificar (o desafiar) la posición social del grupo en relación con otros grupos. Es especialmente en el control de las relaciones entre grupos, que interactúan la ideología y la legitimación (1999: 321).

Como las ideologías organizan las proposiciones que buscan el beneficio del propio grupo, sus consecuencias, en términos de acciones, pueden colisionar con las de otros grupos. Sus criterios de pertenencia, acciones, objetivos, valores o acceso a recursos pueden ser inconsistentes con los de las ideologías de otros grupos. Esto obliga a que,

para legitimar la acción del grupo (con propósitos internos e intergrupales), el grupo demuestre que sus principios básicos son justos, a diferencia de los de otros grupos, que son incorrectos. Igualmente, pueden afirmar que sus principios básicos son “generales” (aplicables y relevantes para todos), y que, por ello, sus acciones no se justifican, solamente, por “fundamentos partidarios, interesados”. Tampoco refieren, abiertamente, sus propios intereses: argumentan que sus acciones “son para el bien común”. Esa es la vía, entonces, por la que las ideologías de grupo pueden ser declaradas “de sentido común” o basadas en principios que -se reclama- “deberían ser seguidos por todos”, independientemente del grupo al que pertenezcan. Es entonces cuando “la manipulación y la persuasión pueden (...) combinarse con la legitimación”: “tan pronto como un grupo trata de imponer su ideología” a otros (1999: 321-323).

Lo anterior implica, además, que los grupos opositores (y sus ideologías) serán deslegitimados. Los conflictos ideológicos y sociales se expresan en luchas, no solo por recursos escasos, sino también por legitimidad. La deslegitimación puede ir dirigida contra la disidencia interna o la competencia “exterior”, al punto de desafiar la identidad o existencia misma, del otro grupo. Estratégicamente, la deslegitimación puede seguir las categorías del esquema ideológico: 1) deslegitimación de la pertenencia: “ellos no pertenecen a nuestro...”; 2) deslegitimación de acciones (incluyendo el discurso): “ellos no tienen derecho a hacer lo que hacen o a decir lo que dicen”; 3) deslegitimación de objetivos: “ellos solo vienen aquí a...”; 4) deslegitimación de normas y valores: “ellos tienen valores distintos a los nuestros”; 5) deslegitimación de la posición social: “ellos no son...”; y 6) deslegitimación del acceso a los recursos sociales: “ellos no deberían tener”. Así, las principales categorías “identificadorias” que definen al grupo pueden ser deslegitimadas (Van Dijk, 1999: 322-323).

Como se ve, las estrategias de legitimación y deslegitimación son discursivas y, básicamente, consisten en movimientos de autopresentación positiva y presentación negativa. Una estrategia fundamental, a este respecto, es deslegitimar el discurso opositor. Lo es, porque el discurso tiene un papel central en la formación y cambio de las actitudes e ideologías subyacentes (mediante la persuasión). Así (cuando la fuerza, la prohibición u otras medidas legales, sean inviables o inefectivas), se recurrirá a estrategias de marginación o deslegitimación del discurso: si el discurso público de cualquier grupo puede ser controlado o deslegitimado, el grupo dominante o competidor que lo logre puede establecer la hegemonía en el campo simbólico (es decir, en el control de los

significados y, por ese medio, de las mentes de los receptores)<sup>255</sup>. Son distintas las formas que esa deslegitimación/marginación adopta. Pueden concentrarse en el contexto de producción, en el acceso y utilización del discurso, decidiendo sobre la legitimidad de los participantes en la comunicación (quién tiene derecho a hablar, o a hablar en nombre de...), sobre los roles de los hablantes, las circunstancias, los objetivos, conocimiento, etc. Todas las estrategias de deslegitimación, lograrían que los modelos de contexto y acontecimiento de los receptores estén orientados persuasivamente hacia representaciones negativas de los “hablantes ilegítimos” o hacia un rechazo de lo que afirmen. De esa forma, se “deterioran” los procesos “normales” de comunicación y persuasión del grupo rival. Lo que está en disputa es el poder, que, en el dominio del discurso y de la comunicación “puede no ser simplemente político o socioeconómico, sino también simbólico”. El discurso legítimo será aquél al que se le reconozca autoridad y prestigio, y, en consecuencia, se le asocie con la verdad. Esa es la razón por la que “los políticos y, especialmente, los medios masivos (...) ejercen el control ideológico”: porque “sus discursos están legitimados por el control sobre los criterios de verdad, como la información”. La estrategia de legitimación/deslegitimación más efectiva es la que logra establecer las normas y valores por medio de los cuales se juzga a los grupos y sus acciones. En la medida en que no haya “información alternativa”, ese discurso de élite es autolegitimado por su exclusivo acceso al recurso simbólico del conocimiento autorizado y la opinión (1999: 326-327).

---

<sup>255</sup> La exposición constante a ese tipo de discursos facilita la “interiorización” de creencias, actitudes o ideologías, dominantes (1999: 324). De esa forma, incluso, un grupo dominado podría llegar a asumir los modelos del grupo dominante. Dada la estrecha relación entre ideología e identidad social, ese “lavado ideológico de cerebro” puede llegar a afectar la propia confianza en sí mismo de grupos enteros (1999: 325).



#### D) Van Dijk sobre el discurso periodístico

##### a) Ideologías en la prensa e ideología profesional de los periodistas:

Un tipo de grupo, teorizado por Van Dijk, es el basado en la profesión. Los periodistas, por ejemplo, pueden conformar un grupo que comparta actividades, objetivos e intereses, con los cuales podrían identificarse muchas personas que tengan esa profesión. Sí, constituyen un grupo profesional en el que las calificaciones necesarias de pertenencia son menos estrictas, pero como un grupo desarrollan una ideología profesional en función de los intereses ligados a sus actividades y a sus recursos (1999); ideología que se adquiere mediante la interacción en el ámbito institucional de los medios o mediante la recepción de los mensajes difundidos desde esas mismas instancias (2002).

Esa ideología profesional y las ideologías particulares de cada medio y de cada periodista influyen en sus opiniones, las cuales a su vez influyen en las estructuras

discursivas de los artículos de opinión (1996) y, en general, en su trabajo periodístico<sup>256</sup>. Por ejemplo, al cubrir noticiosamente una manifestación callejera: Van Dijk refiere investigación empírica que demuestra que se presta más atención a las acciones de las personas o grupos cuando estas confirman o son coherentes con los esquemas de grupo. De modo que la percepción e interpretación del acontecimiento es un modelo subjetivo pero socialmente controlado en la memoria del reportero observador. Hasta ahí, no hay diferencia con la percepción de cualquier otra persona. La diferencia está en la proyección que el periodista tiene en la mente del futuro texto de la noticia. Texto que responde a una serie de criterios de valor periodístico que determinan objetivos específicos y que afectan, como un filtro, su atención, selección<sup>257</sup> e interpretación de los acontecimientos (1990); un proceso sobre el que volveremos más adelante a propósito de los modelos de contexto en la producción del discurso periodístico.

Las ideologías no son ciertas o falsas, sino, ante todo, más o menos eficaces en la promoción de los intereses de un grupo. La principal función social de las ideologías es la coordinación de las prácticas sociales de los miembros de grupos con vistas a la realización efectiva de sus objetivos y la protección de sus intereses. Muchas se han desarrollado precisamente a fin de sustentar, legitimar o gestionar conflictos entre grupos (1996)<sup>258</sup>. Por ejemplo, los periodistas desarrollan ideologías profesionales con relación a otras élites y otros grupos de poder (enfaticando la libertad de prensa y oponiéndose a la censura), al tiempo que se ven a sí mismos como guardianes de la sociedad al servicio del público (1999). Al igual que muchas otras ideologías de grupos, incluyen la representación de Sí mismos y de los Otros, de Nosotros y de Ellos, de forma polarizada: nosotros somos buenos y ellos son malos (1996).

Esos intereses ideológicos también controlan diversas acciones de los medios de comunicación, especialmente sus procedimientos de selección y decisión. De modo que la pericia profesional, junto a actitudes e ideologías, influyen en la determinación de lo que es verdadero o falso, hecho u opinión, de interés periodístico o irrelevante (e, indirectamente, en aspectos propios de las rutinas de los medios, como las decisiones

---

<sup>256</sup> Aunque en una situación específica, esas ideologías periodística o del medio, podrían imponerse en la mente de un periodista sobre identidades de grupo contrapuestas (ser mujer negra, por ejemplo), no todas las crónicas de un periódico tienen que reproducir la ideología de este o la periodística, ya que los periodistas no dan siempre prioridad a esas lealtades en su trabajo (1999).

<sup>257</sup> Esta es la razón, por ejemplo, por la que la prensa tiende a excluir de su cobertura todos los acontecimientos no momentáneos, como los procesos (1990).

<sup>258</sup> Las opiniones, siempre que impliquen a grupos e intereses de grupos en conflicto, se considerarán ideológicas.

sobre quién tiene acceso a los medios, quién es entrevistado, quién tiene más cobertura, quién es mencionado, etc). El resultado, es un sesgo general (de tópicos, acceso, menciones, fuentes, estilo y aspectos del discurso de los medios) hacia la reproducción de un conjunto de ideologías dominantes<sup>259</sup> (más allá de su sola ideología profesional). De modo que el control de las élites sobre los medios les facilita la producción y reproducción de las ideologías, pues estas instancias se especializan en la comunicación de ideologías ampliamente simbólicas<sup>260</sup> (1999).

No sorprende, en consecuencia, que la gama de ideologías sociales aceptables es casi idéntica a la de aquellas que tienen acceso preferencial a los medios. Los valores fundamentales, la determinación de la agenda, el conocimiento selectivo sobre el mundo, entre otras condiciones de control ideológico, se deben, principalmente, a los medios e indirectamente a los grupos, élites e instituciones con acceso preferencial a estos. Así, aunque en los medios haya debate y diferencias de opinión, todo se da dentro de los límites de una variación ideológica tolerable. Los medios constituyen, en síntesis, la explicación institucional de la forma en que las ideologías son hoy compartidas por grandes cantidades de personas (1999). Ahora bien, esa cooperación entre élites en el espacio de los medios no impide que, a la vez, haya rivalidad entre ellas ni asegura, en consecuencia, que las élites simbólicas de los medios (redactores, reporteros y columnistas destacados y de mayor jerarquía), siempre concuerden completamente, en todos los asuntos específicos, con otros grupos de la clase dominante (los políticos, por ejemplo). Pero a pesar de sus diferentes (y a veces contrapuestos) intereses, en asuntos fundamentales hay un consenso bastante amplio (1999), que sustenta lo que acaba por asumirse como “sentido común” (2002).

En ese sentido, medios y periodismo cumplen un rol institucional: de la misma forma en que las ideologías organizan la cognición de grupo, las instituciones ideológicas organizan las prácticas ideológicas (y a los actores sociales que las ejecutan). De modo que la sola condición de grupo, en algunas circunstancias, puede ser insuficiente para la coordinación efectiva de la acción y logro de los objetivos comunes. Lo mismo cabe decir

---

<sup>259</sup> Para el autor, por ejemplo, la preferencia por las noticias sobre eventos negativos, “especialmente los causados por otros”, es resultado de los sistemas ideológicos que guían las prácticas de los medios.

<sup>260</sup> Los medios como instituciones: En la reproducción e implementación de las ideologías, usualmente, se requiere la institucionalización (organización social) de instancias concretas, que organicen, controlen y propaguen las cogniciones, interacciones y relaciones de grupo. Van Dijk menciona, a este respecto, las instituciones políticas, las educativas y la familia, pero concentra su análisis en los medios de comunicación, debido al “papel central” que les asigna (1999).

sobre otras funciones, eficazmente realizadas por (o a través de) las instituciones, como la provisión/distribución de recursos, la aplicación de restricciones, la imposición o elección de líderes, entre otras. En la sociedad actual, esos roles (antes desempeñados protagónicamente por la iglesia, la escuela y la familia), están siendo asumidos, de forma cada vez mayor, por los medios. Las estructuras, estrategias y prácticas de los medios, afirma Van Dijk, no solo son orientadas por razones prácticas de organización, eficiencia o logro de objetivos. También pueden responder a, o facilitar, intereses ideológicos determinados. De una manera más o menos explícita, penetrante e influyente, y mediante distintos géneros mediáticos (producción de noticias, publicidad, *talk shows*, etc.), los medios organizan las acciones, discursos, sonidos e imágenes, de manera tal que la producción y reproducción de ideologías se lleve a cabo de forma efectiva (1999).

Entre esas ideologías, está la profesional de los periodistas, cuya “identidad social” (componente de esa ideología) no es efímera: no se construye solo en el curso de una interacción y no tienen que reinventarla los periodistas cada vez que, por ejemplo, escriben un artículo (2011). Sus categorías ideológicas incluirán la información básica acerca de quién es reconocido como periodista (p. ej., mediante un diploma o licenciatura), cuál es el trabajo típico de los periodistas (p. ej., redactar noticias y editoriales), sus objetivos (p. ej., informar al público, servir como “perro guardián de la sociedad”), sus valores y normas (p. ej., verdad, credibilidad, imparcialidad), su posición con respecto a los lectores o autoridades y su recurso típico como grupo (información) (1996). Los valores de los periodistas (y de la mayoría de los grupos) no son exclusivos de ellos. Lo que sí les es propia es la especificación de estos: Este proceso por el que un valor es seleccionado e incorporado a una ideología, se orienta en función de los intereses del grupo que, de esa forma, se apropia de valores culturales generales. Un ejemplo puesto por el autor es el de la especificación ideológica que hacen los periodistas del valor cultural “verdad” (1999). Otro caso es el del valor “libertad”: como el ejercicio de más poder por parte de un grupo usualmente implica la limitación de la libertad para el otro grupo, los reclamos ideológicos de libertad, como la libertad de prensa, son normalmente reclamos de poder (1999). Además, Van Dijk describe la autorrepresentación positiva de los periodistas y menciona las representaciones mentales particulares (actitudes y otras creencias) con las que, como grupo, organizan sus tareas (2000b).

Claro que no todos los miembros de un grupo deben reproducir íntegra su ideología. Pero cuando la pertenencia a un grupo es principalmente ideológica (a

diferencia de los grupos de identidad intrínseca), como sucede con las militancias en los partidos políticos o las iglesias, la disociación implica, habitualmente, abandonar el grupo; lo que resulta más difícil para las ideologías profesionales, estrechamente relacionadas con los objetivos e intereses de la práctica profesional cotidiana, por lo que la disociación ideológica rara vez favorece el interés personal. Así, se expone a la marginación aquel periodista que no crea en las proposiciones esenciales de la libertad de prensa (1999).

b) Estructura de la noticia y funciones de sus partes:

Otro gran tema analizado por Van Dijk, dentro del discurso periodístico, es el del “discurso de la noticia”, que tiene particularidades estructurales generales que caracterizan la mayoría de las notas de prensa de los periódicos occidentales (1983). Su análisis proporciona una idea clara de los valores e ideologías de los periodistas y de los periódicos, y, especialmente, de la manera como los lectores entenderán, memorizarán y usarán la información de la noticia para la elaboración de su conocimiento y opiniones acerca de la “realidad”. De modo que la “pertinencia” o “importancia” que el periodista atribuya a las situaciones, acontecimientos o personas, comunicados por el texto de la noticia, a menudo aparecerá de una manera sutil y significativa, en los detalles estructurales del texto (1983).

El discurso de la noticia tiene una estructura esquemática convencional a nivel global. Empezará, por lo general, con titulares seguidos de un *lead*, que introduce o resume; después tenemos el “cuerpo” de la historia. Estas tres partes principales se reconocen directamente por la diferencia de caracteres tipográficos: los titulares irán con letras negras y grandes, a menudo mayúsculas; los *leads* se escribirán a menudo con negritas, y el cuerpo con letra “normal”. En segundo lugar, habitualmente se presentarán en el orden mencionado. Tercero, por lo general el *lead* se introducirá con información pragmática: lugar, fecha y escritor o fuente (periodista o agencias de noticias). Son, en suma, las categorías globales típicas del relato de la noticia, que a continuación se detallan (1983):

Los titulares expresan la información más importante, más pertinente o más sorprendente del relato de la noticia. Al mismo tiempo son una interpretación de los acontecimientos o acciones desde el punto de vista del periodista (o del periódico). Su función más importante es atraer la atención al relato mencionando el tema (o temas) que



puede interesar al lector. Gramaticalmente, expresan frases incompletas, con nombres sin artículos indefinidos o definidos; muchas veces nominalizaciones seguidas de una localización (1983).

El *lead* proporciona el resumen breve de los acontecimientos. Al mismo tiempo especifica la hora, el lugar, las circunstancias, los participantes principales y el acontecimiento y acción principales, expresados en pocas frases y con letra negra, cursiva o algún tipo más grande. Más concretamente, el *lead* puede contener los resultados o consecuencias principales de las acciones y acontecimientos, o reacciones (verbales) de los portavoces importantes. Tanto los titulares como el *lead* son el lugar preferido para las opiniones implícitas: el resumen exige una valoración de lo que es “importante”, “interesante” o “pertinente”, y tal juicio depende de la interpretación y valoración que hace el periodista de los acontecimientos (1983).

Sigue el “cuerpo” del relato de la noticia. En contraste con, por ejemplo, los relatos cotidianos, el relato de la noticia no se organiza según un orden temporal o condicional (causal). Más bien presenta una organización determinada por los niveles o grados de generalidad (importancia) y de especificidad (detalles). Las conclusiones principales o la “moraleja” deben aparecer al principio del relato o en el *lead*. En otras palabras, la organización global o el esquema de un relato de noticias requiere varias clases de categorías pertinentes, más que categorías basadas en la condición tiempo. Este principio global de organización merece especificarse con mayor detenimiento:

Como la mayoría de los relatos de los periódicos tratan de acontecimientos, debe haber una categoría del acontecimiento. Debe ser un acontecimiento importante, interesante. Sería la categoría “Acontecimiento Importante”. Esta se combinará con una categoría de “Reacción”, que con frecuencia comprenderá las reacciones humanas (importantes) o las consecuencias importantes. Un acontecimiento puede deberse a causas, a una historia o a una situación que conduzcan a él. Por eso, a fin de entender lo que pasó (por qué pudo ocurrir), es necesario, en general, que el relato proporcione una descripción breve de estas causas, condiciones o historia. Resumiremos esta clase de información con la categoría de “Antecedentes”. Algunas veces un relato será parte de una sucesión de relatos sobre el mismo acontecimiento. En este caso, con frecuencia será necesario resumir lo que se ha expuesto antes. Así, a menudo se deberá identificar una categoría de “Información Previa”. Se diferencia de la categoría de “Antecedentes” en la que se mencionan los acontecimientos previos, probablemente por primera vez, mientras

que en la categoría de “Información Previa” se expresa lo consignado anteriormente (en algunos casos pueden coincidir). Los relatos de noticias suministrarán a veces el “Historial” de un acontecimiento narrado. Esta categoría es importante para comprender y valorar los acontecimientos y las reacciones. Tradicionalmente contendrá información general sobre un país, las personas participantes, una situación, etc. Mientras que esta categoría del “Historial” es más general, también necesitamos más información específica sobre el “Contexto” de un acontecimiento. Pueden ser en parte los acontecimientos antecedentes, pero no tienen por qué ser causas directas: puede tratarse de una descripción de las características más complejas de una situación en la que pudiera suceder el acontecimiento. Tanto la categoría del “Historial” como la del “Contexto” y posiblemente también la de “Antecedentes”, suministran información explicativa sobre un acontecimiento, por lo que pueden agruparse jerárquicamente en una categoría “Explicativa”. Finalmente, un periodista puede especular acerca de las posibles evoluciones o consecuencias de los acontecimientos y las reacciones en un futuro (inmediato), en una categoría de “Predicción”. Esta categoría es importante porque a menudo sólo se puede medir la pertinencia de un acontecimiento por el número y la importancia de sus posibles consecuencias (1983)<sup>261</sup>.

Como se ve, un análisis superestructural permite clasificar las partes del discurso de la noticia con respecto a sus funciones en el texto, lo que, a su vez, permite valorar el artículo según la pertinencia de estas partes con respecto al tema o a la cuestión central (1983). Para ese análisis es fundamental la categoría “macroestructura semántica”, que son explicaciones teóricas de significados globales, temas o asuntos del texto. Proporcionan la coherencia global, el perfil del texto como un todo. Tienen una naturaleza jerárquica: en los niveles superiores encontramos el tema más general del texto; a niveles inferiores tenemos asuntos más locales. Son semánticas y por consiguiente deben formularse en términos de proposiciones: son organizaciones jerárquicas de las proposiciones importantes del texto. No hace falta que las expresen las frases del texto, pero durante la interpretación se infieren de las respectivas proposiciones expresadas por las frases del texto. Es una definición formal de lo que es importante (presentado como tal) para el texto como un todo y por consiguiente para las intenciones comunicativas del

---

<sup>261</sup> Por ello, aunque lo nieguen, ya en la construcción del relato de noticias hay interpretación y valoración de los acontecimientos. Muchos periódicos occidentales mantendrán que no valoran los acontecimientos, sino que sólo informan sobre hechos (los periódicos de “calidad” pretenden dar más espacio a la información). Pero la propia selección de algunos hechos, la descripción de ciertos aspectos de los hechos omitiendo otros -entre otros detalles- ya implicarán una interpretación y valoración de estos (1983).

periodista o del periódico. Así, la macroestructura “real” del texto se puede comparar con la información resumida del titular o del *lead*. Puede suceder que estos sean “parciales”: pueden mencionar información que estructuralmente sólo sea un detalle del acontecimiento narrado. El análisis macroestructural nos permite enlazar el esquema superestructural con la información más detallada del texto, a saber, mediante las macroproposiciones a las que se asignan categorías superestructurales, tales como el titular, el *lead* o el historial. Es la información del discurso (esto es, de la noticia), que se archiva y recuerda mejor. Permite predecir su recuerdo y uso posteriores (2003), y por consiguiente su posible influencia en la (trans)formación de las creencias u opiniones (1983), idónea en las estrategias de manipulación (2006) que se detallarán más adelante.

También puede analizarse la coherencia del texto. Dos proposiciones están conectadas coherentemente si los hechos que indican están relacionados, por ejemplo, condicional, temporal o funcionalmente. Se considerará coherente una sucesión de proposiciones sobre acontecimientos o acciones que tengan una relación de causa la una con la otra. Igualmente, si se especifican los aspectos, los detalles, o los fragmentos de un hecho mencionado previamente, también habrá coherencia. Estos eslabones a veces pueden ser débiles. Los conceptos mencionados en el mismo texto no siempre pueden explicar detalladamente las condiciones de la coherencia local, sino que necesitan información del conocimiento del fondo social de los lectores. A menudo harán falta inferencias para establecer las conexiones respectivas. Parte de estas secciones del conocimiento que se presuponen pueden no ser “conocimiento común”, sino “suposiciones” basadas en la ideología del periodista. En otras palabras, el análisis de la coherencia local permite no sólo hacer explícito el conocimiento que se presupone, sino también suposiciones más subjetivas, tales como opiniones y actitudes, e ideologías sobre las cuales se basan (1983).

Otro aspecto a considerar es la estructura estilística. No está solo controlada por las actitudes e ideologías del autor. También es una parte de la dimensión social del discurso: un periódico serio estará menos inclinado a usar lenguaje “despectivo” que un tabloide. Habrá un registro específico para las expresiones del periódico y una sintaxis más bien compleja con muchas oraciones encajadas que definen la “condición” social del periódico y de sus supuestos lectores. Además, a menudo los conceptos acerca de las cuestiones políticas complejas son abstractos. No hay descripciones “jugosas” de los participantes. Lo que sí hay, incluso en la prensa de referencia, son figuras retóricas.

Ejercen una función persuasiva: buscan hacer más eficaz el mensaje. Cognoscitivamente, esto significa que se puede archivar mejor esta información, por ejemplo, porque se elabora con más atención y porque incluso se puede archivar con esa expresión utilizada para poder recuperarla mejor. Desde luego que la prensa popular usará varias clases de recursos retóricos, por ejemplo, para destacar opiniones, actitudes o emociones (“asesinato horrendo”, “terrible accidente”, “gamberros agresivos”) o para hacer más vívidas las descripciones (1983).

Finalmente, dentro de la teoría (pragmática) de los actos de habla la noticia funciona esencialmente como una afirmación: hay ciertos hechos que el periodista conoce y que cree que pueden interesar al lector. Pero hay más: no sólo los editoriales, sino también el discurso de la noticia, pueden implicar o sugerir indirectamente actos del habla tales como acusaciones, sugerencias, consejos, críticas, defensa, ofensa, entre otros, hasta con alguna partícula secundaria o con algún adverbio o adjetivo. Esto es así, sobre todo cuando se presentan -implícita o explícitamente- las acciones de alguna persona como buenas o malas, criminales o legales, etc. Salvo para estas variaciones de naturaleza pragmática, la función pragmática de las noticias la asignan rutinariamente los periodistas y la presuponen estereotipadamente los lectores: se supone que el periódico “dice la verdad”, y por consiguiente la noticia funciona como una afirmación (1983).

#### c) Producción/compreensión de la noticia y modelos de contexto:

Van Dijk ejemplifica cómo un periodista construiría las estructuras de su discurso (al redactar una nota informativa) bajo el control general de un modelo contextual. Este controla qué conocimiento general y qué información de los modelos de acontecimiento expresar y cuáles presuponer en las estructuras del discurso<sup>262</sup>. También controla las estructuras variables, como la selección léxica, de modo que filtra lo que se dice y cómo se dice. Ese modelo de contexto incluye aspectos como las identidades sociales relevantes de los participantes (y el tipo de relaciones que mantiene con ellos), las creencias socioculturales de los lectores, actitudes e ideologías profesionales (así como las relacionadas con el acontecimiento sobre el que va a escribir), su intención y propósito. Al comenzar a escribir, el periodista tiene un modelo (semántico) del evento (redactar

---

<sup>262</sup> El autor hace una tipología básica del conocimiento tal y cómo se expresa o sobrentiende en el discurso periodístico de las noticias. La naturaleza de ese conocimiento tendrá consecuencias sobre las propiedades semánticas y pragmáticas del discurso porque, por ejemplo, el conocimiento de grupo se puede presuponer dentro del grupo, pero se debe explicitar fuera. En cambio el conocimiento cultural se puede presuponer en todas las formas de discurso público (2002).

artículos es una experiencia rutinaria en su vida profesional) así como un modelo contextual parcial que controlará el proceso de escritura real. Al hacerlo deberá aplicar varias normas y valores profesionales que orientan qué aspectos del acontecimiento son más importantes, lo que controlará varias decisiones de la redacción, desde la selección de los tópicos hasta la formulación de los titulares (2012). Esto, como se introdujo en los dos acápites anteriores, tiene importantes consecuencias: debido a la fuerte función de filtro que desempeñan los criterios de interés periodístico, los modelos periodísticos no tienden a ser receptivos frente a lo novedoso o atípico. Más bien, se contemplan los acontecimientos como ejemplo de modelos generales ya conocidos, de modo que sólo se necesita añadir algunos detalles nuevos<sup>263</sup>. Estos viejos modelos con nuevos detalles forman la base de muchos de los procesos de la producción periodística (1990).

No menos determinantes son las dimensiones de los modelos de contexto en otras prácticas periodísticas distintas a la redacción de una noticia. El “dominio”, por ejemplo: los periodistas, en el dominio de los medios, tienen como principio ideológico importante que el Estado no debería limitar la libertad de prensa. O el “lugar”: dependiendo de las relaciones de poder, los periodistas irán a entrevistar a una persona importante donde esta quiera que lo hagan y no donde el periodista propone. O las “funciones”: Los periodistas pueden considerar que al hacer una entrevista actúan como guardianes de la sociedad. Y, claro, los “roles de participante y profesional”: las dimensiones ideológicas de estos roles, estriban en el ejercicio del poder y dominación para, en determinadas situaciones, definir quién habla, cuánto tiempo, en qué momento u orden, quién debe escuchar o a quién se le obliga a hablar (1999).

Del otro lado, del lado de la comprensión del discurso periodístico, también son fundamentales los modelos. La gente continuamente “modeliza” los hechos que constituyen sus vivencias cotidianas, incluidos los acontecimientos noticiosos que lee en los periódicos. En consecuencia, el recuerdo, la narración y la editorialización implican la activación de antiguos modelos. Los modelos de contexto también pueden presentar opiniones, tales como creencias valorativas acerca de otros participantes en la

---

<sup>263</sup> El aporte testimonial de un periodista lo confirma: Según Randall (2008: 29), lo usual en los tabloides, cuyas prácticas se extienden incluso en la “prensa seria”, es que “cuando la noticia está en sus primeras etapas de elaboración llega a los directivos, quienes deciden el titular o el tratamiento que quieren darle, y ellos mismos o los reporteros organizan los hechos o su tratamiento de manera que la información encaje en la fórmula preestablecida. Es un tipo de periodismo basado en los titulares. El mundo que pinta ante los lectores está lleno hechos extraordinarios y compuesto exclusivamente de certidumbres y simplezas, de hechos buenos o malos, blancos o negros, y en él solo hay cabida para los estereotipos”.

comunicación, de los papeles que desempeñan, su credibilidad, etc. Así, la lectura de editoriales no sólo implica la formación de opiniones sobre lo que se dice, sino también sobre el autor o el periódico (1996). Aquellos modelos de episodios que la persona construye, no sobre lo que ella misma “ha vivido”, sino sobre lo que se le ha referido, se denominan modelos de descripción (pues el episodio se conoce a través de una descripción discursiva). Los episodios reportados en los medios serían del tipo que solo conocemos indirectamente, a través del discurso (1999).

Van Dijk explica y ejemplifica algunas de las estrategias empleadas en la producción del discurso para que, en su comprensión, los receptos construyan e instancien “modelos predilectos” (2003). Pero además de esas estructuras semánticas (y de las condiciones contextuales de credibilidad) otros factores pueden influir en la construcción y aceptación de modelos, y en la consiguiente generalización a representaciones sociales (parte de la reproducción ideológica). Uno de estos factores, vinculado con el alcance o penetración, es la “consecuencia mediática” del discurso. La mayor difusión contribuye significativamente a la reproducción ideológica (1999). Así, los medios proveen los prototipos y esquemas generales sobre la base de los cuales las personas perciben y clasifican a los miembros de las distintas colectividades sociales. Ello reduce la complejidad de la interacción. Mediante su aplicación frecuente y repetida, los esquemas tienden a aplicarse de manera más o menos automática. Cognitivamente es más fácil sobre-generalizar y aplicar prejuicios (2011).

En ese marco se encuadran, también, las estrategias de deslegitimación: un medio puede evitar que representantes de grupos rivales o marginados tengan acceso a sus emisiones/ediciones, representarlos como fuentes no confiables de información, boicotear conferencias de prensa, programar sus emisiones en momentos en que la audiencia es baja, publicar artículos en páginas inferiores o ignorar comunicados de prensa, en suma, omitiendo información relevante o distorsionando los hechos (2006). En cambio, los discursos del propio grupo o del grupo afín tendrán amplio acceso y favorable presentación (1999). Otras acciones posibles son citar fuera de contexto, focalizar los aspectos negativos del discurso, enfatizar la violación de valores comunes o enmarcar el discurso de un modo específico (como la descripción negativa del hablante). Luego puede dejarse que los lectores/audiencia saquen “sus propias” conclusiones sobre la confiabilidad del vocero deslegitimado. Una estrategia enmarcadora alternativa es utilizar, después, oradores “autorizados” o “legítimos” con el fin de que “corrijan” las

declaraciones que se quieren deslegitimar (de modo que estas no sean las únicas, principales ni últimas fuentes sobre los acontecimientos) (1999).

d) Manipulación<sup>264</sup>:

En relación con esos procesos de legitimación y deslegitimación, adquiere especial relevancia el concepto de “manipulación”. Para Van Dijk es un abuso de poder (dirigido a que los otros creen o hagan voluntariamente cosas que son favorables para el manipulador y perjudiciales o contrarias a los intereses del manipulado), realizado mediante el discurso, sobre la mente de las personas e inserto en relaciones sociales de dominación. Sin coerción, órdenes ni sugerencias (explícitas), se manipula<sup>265</sup> de modo que las personas actúen como nosotros queremos pero por su propia voluntad. Una forma de influencia ilegítima distinta de la persuasión, pues asigna a los receptores un papel pasivo, al intentar impedirles que comprendan las intenciones reales o las consecuencias de las creencias o acciones defendidas por el manipulador (porque se les ocultan). Además de factores psicológicos (que el autor no analiza), el manipulador aprovecha determinadas condiciones sociales que favorecen su abuso de poder: son las que definen el poder de los grupos y sus miembros, como la profesión, la pertenencia, la posición institucional y los recursos, incluidos los simbólicos<sup>266</sup>. Recursos entre los que destaca el acceso al discurso público a través de los medios (2006). Controlando el acceso al discurso público, solo circulan formas específicas de conocimiento y opinión (como si en torno a ellas hubiera un consenso), que conducen a modelos mentales y representaciones sociales en general, que sirven a intereses de los grupos dominantes. Una vez instaladas esas representaciones, los dominados tenderán a actuar “libremente” de acuerdo con los intereses de los dominantes (lo llama “hegemonía”, control, indirecto y sutil, de la mente de los dominados). Este tipo de control, empero, difícilmente puede ser total. Las personas utilizan muchas fuentes de información, pueden formarse su propia opinión y hacer caso omiso del discurso dominante<sup>267</sup> (1999).

---

<sup>264</sup> Para la comprensión de este concepto, es importante su lectura en relación con el de “Persuasión”, abordado en el acápite c) del apartado C de este capítulo.

<sup>265</sup> En otra obra dice que la manipulación exitosa consiste en hacer, mediante el discurso, que las personas tengan las creencias “apropiadas” para, de esa forma, controlar indirectamente sus acciones, de modo que ellas respondan a los intereses “apropiados” (2000b: 43).

<sup>266</sup> Padres respecto de sus hijos, educadores sobre alumnos, políticos a los ciudadanos y periodistas a sus audiencias, son los ejemplos que utiliza Van Dijk (2006).

<sup>267</sup> El control mental (total) solo es posible en condiciones muy particulares: cuando no existen otras fuentes de información y opinión, o cuando las actitudes preferidas no son obviamente inconsistentes con los intereses de aquellos que son manipulados (2000b: 44).

Opera de dos formas. Ambas inciden en el proceso de comprensión del discurso pero una sobre la memoria de corto plazo (MCP) y la otra sobre la de largo plazo (MLP). En el primer caso, se trata de un procesamiento (de distintas estructuras discursivas, verbales y no verbales<sup>268</sup>) que hace conjeturas rápidas y eficientes, “atajos” cognitivos para evitar hacer análisis completos. La manipulación consiste en controlar algunos de estos procesos que están parcialmente automatizados. Por ejemplo los titulares de las noticias, en posición destacada y en letras más grandes, atraen más la atención y facilitan la representación cognitiva y el recuerdo, lo que, en sí mismo, no implica manipulación, salvo que, por ejemplo, lo destacado en el titular, que convencionalmente debería estar determinado por un elemento de la macroestructura semántica, el tema principal (que da coherencia global al texto y controla su coherencia local), no guarde esa relación con la información contenida en la nota. Si esa distorsión intencionada “juega en favor” de los intereses del hablante/escritor<sup>269</sup> (lo cual no es una condición textual ni cognitiva sino social, normativa y contextual), se está frente a una manipulación. Pero son muchos los recursos para, según los intereses personales o de grupo, facilitar o dificultar la comprensión de un discurso, afectando su comprensión al nivel de la MCP (2006).

Cuando los objetivos de la manipulación no se agotan en la inmediatez del evento comunicativo, sino que buscan resultados más estables, inciden sobre la MLP, que contiene nuestros conocimientos, actitudes e ideologías. Estos, junto a los recuerdos personales y las experiencias cotidianas (incluidos los eventos comunicativos) se almacenan en la memoria episódica, como modelos con su propia estructura. Así, comprender una noticia implica construir un modelo sobre ese acontecimiento, en un proceso de comprensión que va más allá de asociar significados con palabras, y que constituye la base de los futuros recuerdos y los nuevos aprendizajes, como la adquisición de conocimientos, actitudes e ideologías basados en la experiencia. En consecuencia, si el manipulador quiere que el receptor entienda lo informado tal como él desea, es fundamental que este forme el modelo mental que el manipulador planea, para así restringir su libertad de interpretación y disminuir la probabilidad de que entienda el discurso en un sentido contrario al interés de su autor. Para ello son muchas las estrategias discursivas dirigidas a la formación o activación de “modelos preferentes”. La mayoría

---

<sup>268</sup> Fotografías, colores, diagramación, gestos, pronunciación más clara o lenta, etc.

<sup>269</sup> Puede “jugar a favor” en cualquiera de los dos sentidos: los titulares se pueden utilizar para asignarle peso (extra) a hechos que en sí no serían tan importantes, y asuntos que son muy relevantes para los ciudadanos pueden no incluirse en los titulares si aluden negativamente al medio o a sus afines.



de las veces, consiste en enfatizar discursivamente aquellas propiedades del modelo que son consistentes con nuestros intereses y desenfatar u ocultar las inconsistentes. Pero la forma más influyente de manipulación no se centra en la creación de modelos mentales preferidos específicos, sino en conocimientos abstractos más generales, como actitudes e ideologías, es decir, de representaciones sociales compartidas, influyendo en grupos completos y en relación a muchas situaciones. Estrategias óptimas para ello, ya comentadas, son la generalización, la polarización Nosotros – Ellos, y la repetición<sup>270</sup>. Además pueden priorizarse determinados valores y especificarse de acuerdo a los intereses de quienes manipulan. Nuevamente, los intereses del manipulador se ocultan y se subrayan los del manipulado (2003, 2006).

## 2. TEORÍA DE LA VALORACIÓN DE JAMES MARTIN Y PETER WHITE:

Esta teoría de Martin y White (2005) es la herramienta óptima para el análisis sistemático de los recursos lingüísticos evaluativos. Se desarrolla dentro de la Lingüística Funcional Sistemática, según la cual el proceso de producción de los enunciados (la elección de los significados y su estructuración), se lleva a cabo en tres planos de significado o metafunciones: la ideacional (plano de contenido), la función textual (plano del texto mismo) y la función interpersonal (plano de la interacción). La teoría de la valoración se concentra en esta última. Por “valoración” se entiende la construcción discursiva de la actitud y de la postura intersubjetiva, e incluye todos los usos evaluativos del lenguaje, mediante los cuales los hablantes o escritores no sólo adoptan posturas de valor particulares, sino que, además, negocian dichas posiciones con sus interlocutores reales o potenciales. Es decir, dichos recursos son utilizados a la vez para asumir roles, negociar posiciones y transformar en naturales posturas subjetivas ideológicas, pues, al realizar evaluaciones, los emisores establecen alianzas con los receptores que comparten su punto de vista y toman distancia de quienes difieren de su postura. De modo que la teoría ayuda a descubrir los supuestos ideológicos implícitos en los textos y las estrategias empleadas para naturalizarlos.

Lo anterior es particularmente importante para esta tesis debido a que entre medios de comunicación y audiencias no existe un contacto cimentado en la frecuencia de la

---

<sup>270</sup> Otros recursos son la apelación a las emociones relevantes de los receptores o la invocación de la posición de autoridad del hablante; precisión o generalidad descriptiva, uso de voz activa o pasiva, etc.

interacción entre los participantes del intercambio comunicativo o en la cantidad de tiempo que esos participantes han estado involucrados en una relación social. El tipo de “contacto” que se establece entre un medio monológico y su audiencia provoca que la cuestión central no tenga que ver con el grado de familiaridad social o de intimidad entre los participantes, sino con el modo en que los medios construyen “contacto valorativo” o ideológico con sus públicos. De ahí la importancia de analizar el modo en que las posiciones valorativas transmitidas por un producto periodístico se construyen como más o menos compatibles, convergentes o en simpatía, con las posiciones que anticipan en sus audiencias, así como la relevancia de comprender los medios lingüísticos mediante los que una voz autoral se construye como más o menos abierta a posibles puntos de vista alternativos o divergentes, como más o menos dispuesta a entrar en negociación con posiciones alternativas. La teoría analiza los significados evaluativos en tres sistemas principales (actitud, compromiso y gradación).

#### A) Actitud:

Incluye los significados mediante los cuales los textos/hablantes atribuyen un valor o una evaluación intersubjetiva a los participantes, a los objetos y a los procesos, sea en relación con respuestas emocionales o con sistemas de valores culturalmente determinados. Puede ser explícita o implícita, por lo que es preferible considerar la actitud como un rasgo, no de palabras individuales sino de enunciados completos. Se divide en tres sub- sistemas, afecto, juicio y apreciación.

##### a) Afecto:

Es la caracterización de los fenómenos, cosas o personas, en relación con la emoción. El afecto tiene que ver con la respuesta emocional y con la disposición, y se realiza de manera típica a través de verbos de emoción que remiten a procesos mentales (p.ej. amar/odiar); adverbios que señalan circunstancias de modo (p.ej. alegremente/tristemente); adjetivos que expresan emoción (p.ej. feliz/triste), y sustantivaciones (p.ej. su miedo era obvio para todos). Pueden ser categorías negativas o positivas (p.ej. amo /odio; agradar/irritar). Estas evaluaciones, además, refuerzan la solidaridad entre el hablante y su audiencia. Al apreciar los eventos en términos afectivos, el hablante/escritor invita a su audiencia a compartir esa respuesta emocional o por lo menos a considerar esa respuesta como adecuada, bien motivada o comprensible. Cuando encuentra aceptación, la solidaridad o simpatía entre hablante y oyente aumenta. Una vez

establecida esta conexión empática, existe la posibilidad de que el oyente esté más receptivo a los aspectos ideológicos más amplios de la posición del hablante y como los participantes aparecen en los textos no solo como individuos aislados sino, en ocasiones, también como tipos sociales, cuando un lector simpatiza con la respuesta emocional atribuida a un determinado tipo social, estará predispuesto a legitimar la posición social que ese tipo social representa.

b) Juicio:

El subsistema actitudinal del juicio comprende significados que sirven para evaluar positiva o negativamente el comportamiento humano, en relación con un conjunto de normas sociales (reglas, expectativas sociales y sistemas de valor menos definidos). Se puede evaluar el comportamiento de moral o inmoral, legal o ilegal, socialmente aceptable o inaceptable, encomiable o deplorable, normal o anormal. Los juicios pueden ser realizados como adverbios (justamente, bellamente, virtuosamente, honestamente, valientemente, infatigablemente, inteligentemente, estúpidamente, excéntricamente); adjetivos (corrupto, deshonesto, cruel, experto, excéntrico); y sustantivos (tirano, tramposo, embustero, héroe, un genio); o verbos (hacer trampa, estafar, engañar, defraudar, acobardarse). Estas expresiones de juicio son inscriptas, porque se inscriben explícitamente en el texto mediante la elección del vocabulario. Pero la evaluación del juicio puede ser también evocada de manera más indirecta y ser implícita por medio de indicios de juicio: los juicios de valor son producidos por significados superficialmente neutrales, pero que tienen en la cultura la capacidad de provocar respuestas enjuiciatorias. Un tercer modo es el juicio provocado: se conduce al interlocutor, ya sea mediante fórmulas de contraexpectativa e intensidad, o con el uso de lenguaje evaluativo perteneciente al sistema de afecto, hacia la emisión de un juicio. Las valoraciones por juicio se dividen en dos categorías: Los juicios de sanción social, en los que los parámetros de valoración son regulaciones codificadas más o menos explícitamente por la cultura. Pueden ser reglas legales o morales. Los juicios de estimación social, en los que la persona juzgada tendrá una estimación más alta o más baja de su comunidad, sin que ello tenga implicaciones legales o morales. Los valores negativos de estimación social se considerarán como disfuncionales o inadecuados. La estimación social tiene tres sub-categorías: normalidad o costumbre (cuán inusual es alguien, cuán habituales o rutinarios

son sus comportamientos), capacidad (cuán capaz es alguien) y tenacidad (cuán responsable es alguien, qué tan bien dispuesto emocionalmente está).

c) **Apreciación:**

Es el sistema mediante el cual se hacen evaluaciones, positivas o negativas, de productos y procesos. La evaluación puede ser con base en valores estéticos o no estéticos, como cuando se califica algo, p.ej., de “significativo”, “perjudicial” o “dañino”. Los seres humanos, normalmente evaluados mediante el juicio, también pueden serlo por medio de la apreciación, cuando se los trata más como entidades que como participantes que tienen comportamiento. Al igual que el juicio, estas valoraciones están más orientadas hacia lo evaluado que hacia el evaluador, mientras que en el caso del afecto la valoración es más personalizada y explícitamente subjetiva. Por cierto que el análisis de todos los valores pertenecientes al sistema de actitud (afecto, juicio y apreciación) debe realizarse de forma prosódica, pues la evaluación tiende a acumularse a lo largo del texto. El fenómeno de la prosodia refiere a que las evaluaciones del discurso van gradualmente expandiéndose, potenciándose en procesos de resonancia que trascienden las palabras concretas. Por ello es fundamental tomar en cuenta el contexto, debido a que es usual que los autores, para establecer su postura interpersonal, combinen la evaluación explícita y la evocada, de modo que el lector termine por compartir sus interpretaciones y valoraciones.

B) **Compromiso:**

Alude a los recursos lingüísticos que emplea el emisor para posicionar su voz en relación con las diversas proposiciones comunicadas por un texto, así como a los significados mediante los cuales reconoce o ignora los diversos puntos de vista relacionados con sus enunciados, negociando un espacio interpersonal para sus propias posturas dentro de dicha diversidad. Los hablantes, respecto del contenido proposicional de sus enunciados, utilizan distintos recursos para garantizar el valor de verdad de ese contenido o indicar sus dudas al respecto. Es una forma de presentarse a sí mismos como dispuestos, o no, a comprometerse con la verdad de lo que aseveran. Este segundo caso, en el que no se es categórico o rotundo con lo que se afirma y se inserta una cualificación modal (p.ej. “quizás”, “creo que”), tradicionalmente ha sido llamado “evasiva” (*hedge* en inglés, que significa “equilibrio de riesgos” o “protegerse con garantías”) y se ha interpretado que solo tiene la función de señalar inseguridad o codificar la falta de

compromiso individual ante determinado contenido proposicional. En cambio, en la Teoría de la Valoración (influida por las nociones bajtinianas de heteroglosia e intertextualidad, que otorgan un papel más importante a los interlocutores y a la forma en que los textos negocian los significados con sus receptores), la modalidad puede no deberse a la duda y usarse, en cambio, para señalar que un enunciado específico está abierto a discusión, que el emisor desea negociar con quienes tienen posturas diferentes o alternativas a la suya, o para mostrar deferencia hacia esas personas. El objetivo usualmente es persuasivo. Los textos se construyen, no sólo para persuadir en forma explícita, sino también para influir de una manera más indirecta y hacer parecer naturales las posturas del emisor.

El enfoque heteroglósico parte del supuesto de que los enunciados necesariamente invocan, reconocen, responden, anticipan, revisan, reelaboran o desafían, a otros enunciados alternativos (otras posiciones sociales, más o menos convergentes/divergentes). Todos los enunciados toman en consideración, de alguna forma, a otros enunciados anteriores o reaccionan ante ellos. Aún los textos monoglósicos contienen elementos “de respuesta” y/o “de anticipación”. Al usar un enunciado declarativo afirmativo, el emisor adopta una determinada estrategia retórica para hacer frente a la diversidad heteroglósica: en este caso la estrategia de no reconocer directamente esa posibilidad, o sea, la de imaginar una comunidad de habla homogénea en lugar de una heterogénea. Aunque no lo parezca, esos enunciados tienen una gran carga intersubjetiva, ya que niegan la diversidad de voces en la que están ubicados. La opción fundamental en el sistema de compromiso es, por lo tanto, entre una opción monoglósica (aseveraciones declarativas absolutas) y el conjunto de recursos con los que se inscribe explícitamente la posibilidad de la heterogeneidad social en el texto. Estos enunciados reconocen la existencia de otras voces y posturas alternativas de dos formas: mediante recursos de extravocalización (que introducen en el texto fuentes de voces externas) y de intravocalización (que corresponden a la voz interna del autor o hablante, que asume la responsabilidad por los enunciados emitidos).

La heteroglosia por extra o por intravocalización se expresa, a su vez, de distintas formas: la atribución (p.ej. “algunos estudiosos piensan que Francis Bacon escribió...”); el rumor (p.ej. “supuestamente Francis Bacon escribió...”); la probabilidad (p.ej. Francis Bacon puede haber escrito...); y la apariencia (p.ej. “parece que Francis Bacon escribió...”). Solo la atribución permite la extravocalización. Al atribuir una proposición

a una fuente, el texto explícitamente marca ese enunciado como contingente, como una postura entre un conjunto de posturas posibles, localizada en un punto específico en la red de posiciones intersubjetivas en discusión en el texto. Dado que la fuente es externa al texto, la atribución sirve como mecanismo para la multivocalización del texto, para construir el texto como dialógico, como emanando de múltiples fuentes y reflejando distintos puntos de vista. Aunque la atribución y, por ejemplo, la probabilidad, difieran en los términos por medio de los cuales diversifican las voces del texto (la atribución introduce una voz externa y la probabilidad una voz interna), comparten esta funcionalidad de multiplicar las voces del texto y por lo tanto, establecen cada voz como representante de una posición entre un conjunto de posiciones posibles.

Además, el compromiso heteroglósico puede tener una función de expansión dialógica (ubicar a la voz textual en una posición de apertura hacia otras posturas, señalándolas como posibles, probables o autorizadas), o de contracción dialógica (cuya función es rechazar, confrontar o contradecir esas alternativas reales o potenciales). La expansión dialógica incluye, por un lado, la probabilidad o consideración, la apariencia y el rumor (como no introduce una voz alternativa en el texto, se incluye en la intravocalización), y, por el otro, la atribución (que puede expresar el simple reconocimiento de un discurso ajeno o distanciamiento, con fórmulas de atribución que emplean verbos de reporte como p.ej. “alegar”, “aducir” u otras construcciones con las que la voz textual se distancia de la proposición referida).

La contracción dialógica (que aunque actúa para cerrar el alcance de esa interacción, invoca o alude a la diversidad, por lo que sigue siendo fundamentalmente heteroglósica) incluye recursos de refutación (el rechazo directo o la contradicción de la posición opuesta), que se subdividen en la negación (invocar o activar la alternativa positiva, p.ej. “es una crítica que no considera los sentimientos de la comunidad china”) y la contraexpectativa (p.ej. “lo que es sorprendente es encontrar opiniones tan ofensivas en *The Guardian*”). Incluye, también, recursos de proclamación, utilizados cuando la voz textual desea señalar lo fuertemente involucrada que está con el punto de vista que emite. Esta alta inversión personal del emisor incrementa en el receptor el “riesgo” interpersonal de sostener una postura opuesta (estrategia que, al confrontar la posibilidad de rechazo, revela que el autor integra esa posibilidad en el texto y por tanto reconoce la diversidad heteroglósica del significado en contextos socialmente diversos). Por eso las formulaciones de contracción dialógica son anticipatorias. Con ellas, los hablantes

incrementan el costo interpersonal de cualquier duda o rechazo por parte de los interlocutores. Se subdivide en los recursos de coincidencia (el emisor representa su posición como “dada” e irrefutable, ya que coincide con lo que se conoce o cree generalmente, cumpliendo, a la vez, la función retórica de acercar al emisor al receptor), pronunciamiento (p.ej. “para mí está absolutamente claro que...”) y respaldo (p.ej. “La investigación del Dr. Ruffman muestra que...”).

### C) Gradación:

Refiere a los recursos con que los hablantes intensifican o disminuyen la fuerza de los significados de actitud o compromiso, y gradúan, desdibujando o agudizando, el foco de sus categorizaciones. No incluye solamente los adverbios conocidos como “intensificadores” y “atenuadores” (en esos casos la gradación se realiza explícitamente por medio de un ítem léxico independiente y aislado). Hay otras formas: la gradación puede realizarse de forma implícita, de modo que el aumento o disminución de la intensidad opera a través de todo el sistema de valoración (p. ej. en el subsistema de afecto: gustar, amar, adorar; en el subsistema de apreciación, atractivo, hermoso, exquisito). También debe distinguirse entre la gradación por fuerza y por foco, según los parámetros sean una escala de intensidad de bajo a alta, o la selección de una palabra que va de lo marginal a lo central de una categoría.

La fuerza alude, primero, a los ya mencionados significados conocidos como “intensificadores” o “atenuadores”. El principio de escala también se aplica (de forma menos evidente) a aquellos valores que miden cantidad, extensión y proximidad en el tiempo y el espacio (p. ej. pequeño, grande; pocos, muchos; cerca, lejos). La fuerza también puede expresarse (algo usual en el discurso de los medios de comunicación) mediante ítems léxicos en los que la escala de valor se fusiona con algún significado ideacional (p. ej. “la temperatura se vino a pique”, “los precios se dispararon”; “cortaron por lo sano con toda una división contable”). También opera intrínsecamente en los valores de actitud, pues cada significado actitudinal representa un punto particular dentro de la escala de intensidad de menor a mayor (p. ej. “agradar, gustar, amar, adorar”), algo que suele ocurrir, también, en los juicios de valor (p. ej. ella juega de manera competente / hábil / diestra / brillante). El foco incluye aquellos significados que se han denominado como “evasivas” (p. ej. “él casi que lo admitió”; “una ballena es algo así como un pescado”). También se incluyen los valores que, en lugar de desdibujar o atenuar, agudizan el foco (p. ej. “un verdadero amigo”, “él emborrachó a su amigo hasta tumbarlo,

literalmente”), de modo que la gradación oscila, en estos casos, entre un polo prototípico y un polo suave.

Lo anterior significa que el sistema de gradación incluye una semántica amplia que opera trans-sistemáticamente. A continuación algunos ejemplos:

Probabilidad: “posiblemente” / “puede ser” (valor bajo), “probablemente” / “será” (valor medio), “definitivamente” / “debe ser” (valor alto).

Extra-vocalizado: “él sugiere que...” (bajo), “dice que...” (medio), “insiste que...” (alto).

Apariencia: “parece que...” (bajo), “es obvio que...” (alto).

Proclamación: “Yo diría que...” (bajo), “declaro que...” (alto).

Afecto: “gustar”, (bajo), “amar” (medio), “adorar” (alto).

Juicio: “ella se desempeñó satisfactoriamente” (bajo), “ella se desempeñó bien” (medio), “ella se desempeñó brillantemente” (alto).

Apreciación: “atractiva” (bajo), “hermosa” (medio), “exquisita” (alto).

Infografía 3





### 3. ¿SON COMPATIBLES ESTOS DOS ENFOQUES DEL DISCURSO?:

Sí lo son. Muchas investigaciones que los combinan demuestran su complementariedad y ambos comparten como tronco común los estudios críticos del discurso, lo que supone una perspectiva teórica sensible al uso del lenguaje como herramienta de dominación y lucha por el poder. Aunque es en el próximo capítulo en el que se precisan los métodos de análisis que se aplicarán a los tres conjuntos de documentos que componen el *corpus*, conviene una breve articulación funcional de estos dos enfoques para que se comprenda por qué resultan útiles para alcanzar los objetivos propuestos en esta tesis.

El ACD de Van Dijk es un enfoque teórico y una teoría transdisciplinaria que su propio autor se resiste a llamar “método” y que, además de nutrirse de diferentes ámbitos del conocimiento, puede aplicarse mediante distintos tipos de análisis. En cambio la Teoría de la Valoración de Martin y White tiene un método más preciso para el análisis sistemático de los recursos lingüísticos evaluativos. De modo que la Teoría de la Valoración será el andamiaje para la exploración empírica de algunos de los elementos más importantes en el ACD de Van Dijk: la construcción de representaciones polarizadas y la construcción periodística de alianzas con sus audiencias a través del discurso.

La Teoría de la Valoración, en la medida en que permite apreciar el uso estratégico de recursos evaluativos a partir del análisis de noticias y editoriales, ayudará a puntualizar cómo exactamente se expresa esa valoración negativa y positiva, los recursos utilizados para ello y las estrategias para crear solidaridad entre los periodistas y sus audiencias en relación a la valoración negativa de los políticos. Todo ello, a la luz de las nociones de legitimación, deslegitimación, persuasión y manipulación, de Van Dijk. Y como su teoría del contexto explica la interfaz entre las representaciones sociales acerca de los periodistas y de los políticos, por un lado, y el discurso periodístico sobre los políticos, por el otro, permitirá comprender cómo las relaciones de cooperación y conflicto entre los periodistas/medios y los políticos (macro-contexto relevante) se proyectan sobre el discurso y cómo las intenciones y propósitos (de legitimación y deslegitimación, según la hipótesis de esta tesis) controlan la producción del discurso haciéndolo variar en función de sus modelos contextuales de producción.

## **PARTE SEGUNDA**



## IV. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

### 1. OBJETO DE ESTUDIO Y PROBLEMA

El objeto de estudio es el discurso periodístico de valoración negativa de las personas con responsabilidad política, y el problema está constituido por el propósito y estrategias de ese discurso.

### 2. OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS

El objetivo general es determinar el propósito con el que los periodistas desarrollan su discurso de valoración negativa de los políticos y las estrategias que emplean para lograrlo. Los objetivos específicos son<sup>271</sup>:

1- Caracterizar el rol político que los periodistas/medios han desempeñado en las democracias modernas (Capítulo I).

2- Precisar las distintas motivaciones posibles de los periodistas/medios para criticar o rechazar a los políticos (Capítulo I).

3- Explorar los distintos prejuicios sobre (y actitudes hacia), los políticos (Capítulo II).

4- Determinar el argumentario de valoraciones negativas hacia la política presente en las sociedades democráticas (Capítulo II).

5- Describir a profundidad los modelos teóricos (ACD de Van Dijk y Teoría de la Valoración de Martin y White) con los que se analizará el *corpus* (Capítulo III).

6- Revisar los trabajos de Van Dijk específicamente sobre el discurso periodístico (Capítulo III).

7- Exponer la lógica interna de la investigación y explicar las distintas herramientas que se utilizarán en la parte empírica de esta (Capítulo IV).

---

<sup>271</sup> Debe aclararse que los enumerados del 1 al 8, más que objetivos de la investigación como un todo, lo son de capítulos específicos, de los capítulos del I al V, tareas necesarias para lograr el objetivo general y los específicos descritos del 9 al 12.

8- Enfocar la realidad costarricense durante el quinquenio elegido para dar un contexto amplio a los textos que se analizarán y también para justificar la elección del país durante ese periodo como caso de estudio (capítulo V).

9- Evidenciar y clasificar las estructuras y estrategias discursivas, empleadas en la valoración periodística negativa de los políticos (Capítulo VI).

10- Comprender esas valoraciones como fenómeno social en relación con (diferentes interpretaciones de) procesos de cambio en el sistema de partidos, en el sistema mediático y en la cultura política (Capítulo VI).

11- Desentrañar las creencias sociales compartidas que se expresan en (y controlan) el discurso periodístico de valoración negativa de los políticos (Capítulo VI).

12- Ahondar en la conciencia de rol de los periodistas (y en la que asignan a los medios) y en la percepción que de estos profesionales e instituciones tienen los políticos (Capítulo VI).

### 3. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN E HIPÓTESIS

¿Con qué propósito y mediante cuáles estrategias desarrollan los periodistas su discurso de valoración negativa de los políticos?

1- El discurso periodístico de valoración negativa de los políticos tiene como propósito la legitimación de los periodistas.

2- En la construcción del discurso periodístico de valoración negativa de los políticos, las creencias positivas sobre los periodistas (propias de su identidad social), se articulan con las creencias socialmente compartidas negativas sobre los políticos, ocultando el propósito legitimador del discurso.

### 4. CASO DE ESTUDIO Y MUESTRA/*CORPUS*

Como se había adelantado en la Introducción, dadas las características del tema, más que contrastar las hipótesis, pretende sustentárseles teórica y empíricamente, y contribuir así a futuras investigaciones más amplias<sup>272</sup>. Ello aconseja una acotada

---

<sup>272</sup> De modo que, ya sea que la hipótesis se “confirme” o “refute”, lo será únicamente para el caso analizado.

aplicación empírica que fortalezca las presunciones derivadas de la discusión teórica, las refute o bien las reoriente. Por esa razón, se escoge solo un país, Costa Rica, y dos medios de comunicación, Telenoticias de Canal Siete (TN7) y Diario Extra, y se limita el periodo de estudio al quinquenio 2011-2015<sup>273</sup>.

Sobre el país elegido, debe decirse que las características de su sistema político y de su sistema mediático (y de las relaciones entre estos) lo hacen idóneo para el análisis. En el capítulo V se fundamenta ampliamente (aunque con otros propósitos) el porqué de esta idoneidad. Aquí solo se sintetiza lo determinante que, para esa elección, fue la fortaleza de las principales empresas de medios y la debilidad de los políticos en Costa Rica. Fortaleza y debilidad en las relaciones entre sí, en términos de capacidad de control. Esto es importante para los objetivos de la investigación porque permite descartar una “variable” esperable del discurso de valoración negativa de la política por parte de los periodistas y los medios: que estén sufriendo acoso, persecución, restricciones u opresión de parte de los poderes públicos. Debe justificarse, además, porqué se escogen esos dos medios de comunicación en particular y porqué, en el caso de Diario Extra, se escogen dos “campanas” sobre casos concretos desplegadas por el periódico.

En primer lugar, a la luz de la teoría discutida, ambos medios son casos paradigmáticos, representativos. TN7 es el principal telenoticiero del país, primer lugar en audiencia<sup>274</sup> y producción insignia de Teletica, corporación mediática dueña de una televisora más, de dos empresas de televisión por cable, de la única compañía nacional de telefonía móvil privada, y codueña del equipo de fútbol más importante del país<sup>275</sup>. Sus codirectores son los dos periodistas más reconocidos del país, de extendido prestigio y consideración por parte del poder político<sup>276</sup>. Diario Extra, por su parte, es un periódico

---

<sup>273</sup> Periodo que, por una parte, permite profundizar en un análisis intensivo y, por otra, es lo suficientemente amplio como para que los resultados no estén condicionados por una situación coyuntural.

<sup>274</sup> Según Robles y Voorend (2011: 152), a inicios del periodo comprendido en esta tesis tenía un 25% de la audiencia nacional. Según el estudio MW de la empresa Kantar Ibope Media (cuyo detalle se aporta en el CD de anexos), tuvo un *rating (people meter)* promedio de 6,17 de enero 2013 a marzo 2016 (el más alto entre los informativos del país).

<sup>275</sup> El Deportivo Saprissa fue declarado por la Federación Internacional de Historia y Estadística de Fútbol, como el mejor equipo del siglo XX en CONCACAF (la confederación de la FIFA que agrupa a los países de América del norte, Centroamérica, Panamá y el Caribe).

<sup>276</sup> Se trata de Pilar Cisneros Gallo e Ignacio Santos Pasamontes. Esta afirmación sobre su preeminencia en el país, aunque no se dispone de fuentes científicas para fundamentarla, no sería discutida en Costa Rica. Desde finales de la década de los ochenta, estos dos periodistas han entrevistado y dirigido los debates televisivos de todos los presidentes de la República y, como puede constatarse en los audios de las entrevistas en profundidad realizadas a los políticos, todos coinciden en señalarlos en el lugar preferente de relevancia pública. Cisneros se jubiló en setiembre de 2013, quedando Santos como único Director del telediario.

de amplio consumo popular<sup>277</sup> y con una identidad editorial que mezcla lo propio de un tabloide (estilo sensacionalista y énfasis en la nota roja) con la cobertura de temas “serios” sobre el acontecer nacional, incluida la noticia política (Pérez, 1997). Es la publicación principal de Grupo Extra, única corporación mediática del país con medios escritos (dos), radiofónicos (uno) y televisivos (uno). Es propiedad de su Gerente General<sup>278</sup>, quien lo heredó de su padre, fundador del Diario Extra. Con la selección de estos dos medios se pretende cubrir el amplio espectro de la prensa costarricense, del periodismo “serio” al “amarillo”<sup>279</sup>, del electrónico al “en papel”, del audiovisual al escrito. ¿Por qué no considerar el Internet y las redes sociales? Porque los datos costarricenses (que se aportan en el apartado 2 de este capítulo) confirman la descripción general de Waisbord (2014: 194) para América Latina: “la irrupción de los medios digitales no produce el eclipse inevitable de los viejos medios. Debido a la persistente brecha digital (...) y la remediación que fortalece la presencia de viejas marcas y empresas (...) los grandes medios, anclados en la vieja economía y tecnologías, son el centro de gravedad de una ecología comunicacional (...) continúan atrayendo cantidad de públicos que superan largamente las cifras de las nuevas plataformas digitales. Reciben la parte del león en las inversiones de publicidad oficial y privada. Son arenas centrales en la mediatización de la comunicación política”.

Definidos ambos medios, debían decidirse los contenidos a analizar de cada uno. De TN7 se escogen los editoriales por ser la sección del telediario en la que, con mayor claridad, se expresa su discurso sobre los políticos y porque, como tales, constituyen una novedad en las emisiones de los telediarios costarricenses (solo recientemente sus directores han considerado oportuno abrir un espacio para manifestar su opinión respecto de distintos temas). Los editoriales se emiten de forma esporádica, sin una frecuencia predefinida, ante hechos noticiosos respecto de los cuales decidan explicitar una posición. La muestra se construyó así: se recopilaron todos los editoriales que, entre 2011 y 2015,

---

<sup>277</sup> Según el estudio del programa Zeus (encuesta TGI) de la empresa Kantar Ibope Media (cuyo detalle se aporta en el CD de anexos), Diario Extra es el tercer periódico del país en alcance potencial: de setiembre 2012 a noviembre 2015, por mes, 694.944 personas habrían tenido acceso a sus ediciones en papel (esto considerando un universo de 2.600.000 personas, pues se trata de proyecciones de estadística descriptiva). El primero y segundo lugar lo ocupan medios del Grupo Nación (1.º La Teja y 2.º La Nación).

<sup>278</sup> Iary Gómez Quesada, aunque suele firmar como “Gerente General” (para evitar roces con el Colegio de Periodistas, pues carece de formación profesional en periodismo) ejerce, de hecho, la dirección editorial y comercial de Diario Extra.

<sup>279</sup> Esta es la razón por la que no se escogió al periódico La Nación para la presente investigación, a pesar de ser el 2.º del país en alcance potencial: se trata de un periódico “serio”, del periódico de referencia en el país. Por su parte, La Teja, el n.º 1, fue descartado porque su contenido no incluye la noticia política.

fueron 51. Se revisaron uno por uno y se concluyó que 5 no se referían a temas políticos (esto es, Gobierno central y gobiernos locales, diputados, partidos políticos y sistema de administración de justicia). Determinado el universo de editoriales (46), a efecto de obtener como muestra una cantidad suficiente de estos para que no respondieran a una situación coyuntural puntual, pero tampoco muy amplia que impidiera profundizar en el análisis de cada uno (que se quería intensivo), se decidió someter a análisis un tercio de los atinentes a cuestiones políticas de cada año (esto es, 4 de 2011, 6 de 2012, 3 de 2013, 1 de 2014 y 1 de 2015). Se determinó cuáles, en específico, al azar. El *corpus* resultante es de 15 editoriales, cuyas transcripciones, análisis y videos se adjuntan en el CD de anexos. Los datos generales sobre el universo del cual se extrae dicha muestra, también se aporta en los anexos.

En el caso de Diario Extra la estrategia fue distinta. Partiendo de que el objeto de esta investigación es el discurso periodístico de valoración negativa de las personas con responsabilidad política, en lugar de buscar todas las valoraciones posibles de los políticos por parte de los periodistas (como es el caso de los editoriales de TN7) se quisieron enfocar especialmente las valoraciones negativas y, para ello, el análisis se concentró en torno a dos acontecimientos político-mediáticos que enfrentaron al medio con, en un caso, políticos, y, en el otro, con personas con responsabilidad política (autoridades públicas del Poder Judicial). Ambos acontecimientos (que a continuación se detallan para su mejor comprensión), motivaron sendas campañas por parte del periódico (algo inusual en ese medio en particular y en la prensa costarricense en general). De ellas se escogieron las noticias (para cubrir un tipo distinto de contenido a los editoriales de TN7) y, en atención a sus cantidades, se optó por una muestra, obtenida igualmente al azar, del 10% de las notas, esto es 10 de la primera campaña y 10 de la segunda. No se hizo transcripción, sino que los textos incorporados a los análisis fueron tomados directamente de la versión digital del periódico en su sitio web. Estos y las fotografías de la muestra, así como los datos básicos del universo del que se extraen, se aportan en el CD de anexos.

**Campaña de Diario Extra “Ley Mordaza”:** Hacia el final de la legislatura 2006-2010, un diputado (del partido minoritario de derechas Movimiento Libertario) presentó un proyecto de ley, no dirigido a regular la labor de la prensa, sino a actualizar la legislación en materia de tecnologías de la información: el proyecto de Ley de Delitos Informáticos. El texto (con modificaciones incorporadas durante su trámite legislativo) fue aprobado el 7 de junio de 2012 con el voto de todos los diputados presentes. Tras su



aprobación, Diario Extra (en nota interior de su edición del 3 de julio) y el Colegio de Periodistas (COLPER) (en nota interior del mismo periódico del 5 de julio) acusaron como lesiva de la libertad de prensa la nueva ley. La Presidenta Chinchilla (del socialdemócrata Partido Liberación Nacional) la firmó (último requisito constitucional de validez, aunque no de vigencia) el 10 de julio. Luego hubo un consenso general (no en los detalles específicos) de que la ley debía corregirse en algunos extremos, para lo cual el Poder Ejecutivo, con la asesoría del COLPER, presentó un proyecto de ley de reforma para su discusión en el Congreso. Aun así, sin que ese proyecto “enmienda” avanzara en el Parlamento, el 7 de noviembre de 2012 la cuestionada ley fue publicada en La Gaceta (boletín oficial del Estado), con lo cual entró en vigor (el argumento jurídico del Ejecutivo es que, una vez firmada, estaban en la obligación de publicar la ley<sup>280</sup>).

A partir de ese momento inició la campaña de Grupo Extra en sus distintos medios (aquí se analiza solo la de Diario Extra) contra la “Ley Mordaza”, que se extendió del 8-11-12 al 27-4-13 y que, además de 109 noticias (sometidas a análisis en esta tesis), incluyó 15 artículos de opinión (5 de los cuales fueron editoriales) y 41 portadas. En el proceso recibieron (y publicitaron) el respaldo de los principales medios televisivos, radiales y de prensa escrita (no obstante la rivalidad comercial), del COLPER, de la Asociación Nacional de Empleados Públicos y Privados, de la Defensoría de los Habitantes (que recurrió constitucionalmente la ley), del Fiscal General de la República, de diputados de oposición, y de expresidentes de la República, además de otros sectores (productivos, artísticos y hasta deportivos). La ley consistía en la reforma de varios artículos del Código Penal, motivada en la lucha contra nuevas formas de delincuencia global, surgidas a partir del avance de la informática y las telecomunicaciones. Tipifica conductas tales como la corrupción de menores, la producción y difusión de pornografía infantil, la violación de datos personales, la estafa, la suplantación de identidad, la propagación de virus para dañar equipos, el fraude electrónico en transacciones financieras, la difusión de información falsa para crear pánico financiero, todo mediante el uso de medios informáticos o telemáticos. Sin embargo, dentro de la normativa se incluyó, para reformarlo (añadirle la dimensión tecnológica), un artículo ya existente en el Código Penal y que data de hace más de medio siglo, el 288, que en su nueva redacción disponía:

---

<sup>280</sup> Técnicamente es verdad que el Ejecutivo no podía, una vez firmada la Ley, decidir no publicarla para que no entrara en vigencia. Lo que sí pudo haber hecho la Presidenta era no firmarla, esto es, vetarla, a efecto de que regresara a la Asamblea Legislativa para su reforma o resello. Esta es la razón por la que el periódico enfatiza que ellos advirtieron en dos publicaciones (del 3 y 5 de julio) los defectos de la Ley que la Presidenta firmó el 10 de julio.

“Espionaje. Será reprimido con prisión de cuatro a ocho años el que procure u obtenga indebidamente informaciones secretas políticas o de los cuerpos de policía nacionales o de seguridad concernientes a los medios de defensa o a las relaciones exteriores de la nación, o afecte la lucha contra el narcotráfico o el crimen organizado. La pena será de cinco a diez años de prisión cuando la conducta se realice mediante manipulación informática, programas informáticos maliciosos o por el uso de tecnologías de la información y la comunicación”. La penalización de procurar u obtener indebidamente “informaciones secretas políticas”, si bien ya existía (con esa misma redacción) y nunca había sido aplicada contra nadie en sus décadas de vigencia, era claramente imprecisa y susceptible de ser empleada como arma de censura.

Para Diario Extra y los medios que apoyaron su campaña, estas modificaciones al Código Penal iban más allá de los delitos informáticos y restringían el ejercicio de la libertad de expresión, poniendo en riesgo las investigaciones periodísticas. El Gobierno reconoció que la redacción del artículo era “inadecuada” y que por eso impulsaba el proyecto de ley que preparó el Colegio de Periodistas para reformarlo. Pero luego se enfrentaron tres posiciones distintas sobre cómo enmendar el error: el Gobierno propuso otro proyecto que solo modificaba el 288 (para que en lugar de decir “informaciones políticas secretas”, dijera “secreto de Estado debidamente decretado”); el COLPER y los medios querían la enmienda original, que incluía el cambio defendido por el Gobierno pero que además abarcaba otros artículos para modificarlos; y los dos partidos de centro izquierda y de izquierda, que querían que se suprimiera completamente la posibilidad del “secreto de Estado”. Luego de varias negociaciones, en abril de 2013 la enmienda de la reforma fue consensuada entre el Poder Ejecutivo, los medios y el COLPER: se redujeron las penas de cárcel, se eliminó el concepto “informaciones secretas políticas”, se estableció que el secreto de Estado se circunscribía a los asuntos de seguridad nacional y acuerdos internacionales, y se incorporó el concepto “interés público” para validar la divulgación de informaciones.

**Campaña de Diario Extra “Espionaje a periodistas”:** En dos casos por secuestro extorsivo (que se encontraban en fase de investigación y los involucrados todavía no habían sido detenidos), la Fiscalía<sup>281</sup> detectó una fuga de información

---

<sup>281</sup> La Fiscalía o Ministerio Público (MP) es el órgano acusador en materia penal del Estado costarricense. Forma parte del Poder Judicial (el Fiscal General es electo por los magistrados de la Corte Suprema de Justicia) y tiene bajo su autoridad al Organismo de Investigación Judicial (OIJ), policía judicial especializada en la prevención e investigación de delitos.

confidencial y ordenó hacer una investigación (por la posible comisión de los delitos de divulgación de secretos y de información confidencial) para corroborarla o descartarla. Como sabían quién era el periodista que estaba publicando la información pero no cuál de los muchos agentes policiales era el que se la suministraba, rastrearon el teléfono del periodista. El objetivo de la investigación no era el periodista pero sus registros telefónicos (no el contenido de las conversaciones) eran el medio de prueba más expedito para detectar al funcionario judicial que filtraba la información. Gracias a esos rastreos, se identificó a la oficial del OIJ presuntamente responsable (alguien que había formado parte de los equipos de investigación de esos secuestros). Cuando se detuvo a la funcionaria, Diario Extra supo del rastreo y lo denunciaron. En la denuncia contaron con el respaldo de todos los principales medios del país (incluidos sus directores), a pesar de la agria rivalidad comercial que mantienen entre sí. De inmediato Grupo Extra comenzó una segunda campaña en sus distintos medios (aquí se analiza solo la de Diario Extra) que se extendió del 20-1-14 al 10-5-14 y que, además de 105 noticias (sometidas a análisis en esta tesis), incluyó 27 artículos de opinión (12 de los cuales fueron editoriales) y 19 portadas<sup>282</sup>.

A lo largo de esa campaña, distintas figuras del mundo político, artístico y, en general, de la sociedad civil, manifestaron su repudio por lo ocurrido. De forma paralela (el 23-1-14), Grupo Extra interpuso un Recurso de Amparo ante la Sala Constitucional. Ese órgano resolvió<sup>283</sup> el 21-3-14 declarando “parcialmente con lugar” el recurso: declaró “sin lugar” respecto del resto de amparados, pues únicamente se logró comprobar el rastreo telefónico del periodista Manuel Estrada y no de todos los periodistas del Diario Extra (también se descartó que este se llevara a cabo durante 10 meses como denunció el periódico: solo fue en fechas específicas de acuerdo con los eventos de los secuestros). Y declaró “con lugar” considerando que, aunque el rastreo telefónico (no una intervención, que es cosa distinta), tratándose de una investigación penal, sí podía ordenarlo el MP sin necesidad de una orden judicial, únicamente podía hacérselo a los sujetos sospechosos y

---

<sup>282</sup> En los meses siguientes Diario Extra retomó el tema a propósito, primero (entre junio y agosto de 2014), de la solicitud de asilo en Costa Rica de la directora de seguridad del Gobierno colombiano durante la presidencia de Álvaro Uribe, acusada en su país, entre otras cosas, de ordenar cerca de 300 intervenciones telefónicas a periodistas y políticos opositores a Uribe, y, después (entre octubre y noviembre de 2014), cuando trascendió que varios funcionarios de la policía judicial habían hecho consultas en una base de datos, reservada únicamente para investigaciones oficiales, para acceder a información privada sobre el futbolista Keylor Navas. En ambos casos, tanto en las notas de prensa como en editoriales, Diario Extra equiparó a la exfuncionaria colombiana con los investigadores que rastrearon las llamadas de su periodista, y la invasión de la privacidad sufrida por Navas, a la que sufrió el periódico.

<sup>283</sup> Voto 2014-004035 del 21-3-14.

no a un tercero ajeno a la investigación, so pena de violar el derecho a la intimidad. Peor aun tratándose de un periodista, porque en ese caso la violación a su derecho a la intimidad implicó acceder al conocimiento de sus fuentes periodísticas, lo que entraña una violación al secreto de las fuentes. La Sala advierte, finalmente, que “aunque un funcionario público pueda adquirir la condición de “fuente periodística”, ello no lo exime, si se determina por medios válidos, de las correspondientes responsabilidades en que incurra con sus acciones”. A lo que añadió que sus valoraciones las hacía “de forma general, y en modo alguno significa que se está afirmando que la publicación concreta en cuestión era de interés público o que no se pudiera haber causado un daño a algunas personas, todos esos aspectos referidos a la responsabilidad concreta del periodista, y del funcionario judicial, si fuere el caso, pueden ser planteadas y examinadas en la vía judicial ordinaria (...) esta Sala no está estableciendo que un periodista o un funcionario judicial tengan inmunidad, ni que el primero no pueda resultar responsable por causar daños por la publicación de una información, ni que el segundo no pueda resultar responsable por divulgar información que está llamado a guardar”. Tras celebrar esa resolución como una victoria, Diario Extra finalizó esta segunda campaña.

## 5. MÉTODO

### A) El Análisis Crítico del Discurso y la Teoría de la Valoración:

Como se explica en el capítulo III, estas dos teorías son óptimas y compatibles para, mediante el análisis de textos, satisfacer los objetivos de esta investigación. Dichos análisis constituyen el grueso de la parte empírica de la presente tesis, complementada (por eso se les llama técnicas complementarias) con entrevistas en profundidad a personas con responsabilidad política y a periodistas, y con entrevistas a expertos (además de la ordinaria revisión bibliográfica de los primeros dos capítulos).

Las muestras de los tres universos (definidos en el apartado anterior) son analizadas desde el ACD y la TV, pero de forma diferenciada según la naturaleza de los textos que las componen (editoriales y noticias) y con el fin de enfocar con mayor precisión distintos aspectos en ellas. Así, en el caso de los editoriales de TN7 se priorizarán las dos triadas del ACD, a saber, cognición, sociedad y discurso, y, particularmente sobre el texto, superestructura, macroestructura y microestructura. En cambio, en el análisis de las noticias relativas a la “Ley Mordaza” y al “Espionaje a

periodistas”, se echará mano de lo teorizado por Van Dijk sobre la estructura de las noticias y las formas de manipulación, así como de una aplicación más sistemática de la TV a los textos, según la triada actitud, compromiso y gradación. En atención a la multidisciplinariedad del ACD (Van Dijk, 2003), estos “triángulos” analíticos se enriquecen con los enfoques (e informaciones) históricos, culturales y filosóficos, discutidos en los dos primeros capítulos.

Conscientes de que “no existe un análisis de discurso completo” (Van Dijk, 2003: 148), no se aspira a una aplicación exhaustiva ni del ACD de Van Dijk ni de la TV de Martin y White. Se opta, en cambio, por un análisis pormenorizado de las estructuras más relevantes para el estudio del fenómeno que interesa. Para ello, se definen dos matrices de análisis (una para los editoriales, con 21 ítems, y la otra para las dos muestras compuestas por noticias, con 19) que permiten recoger información de la superestructura, macroestructura y microestructura, sobre la estructura de la noticia y sobre los recursos lingüísticos de valoración. En concreto, las matrices sistematizan los siguientes elementos de cada texto:

De la superestructura discursiva: el macrocontexto, género, medio, participantes y fecha de emisión o, según el caso, de publicación y número de página. De la macroestructura semántica: los temas y subtemas, argumentos, opiniones y actitudes. De la microestructura: los pronombres personales, posesivos, interrogativos y exclamativos, sustantivos y sustantivaciones, adjetivos calificativos e infinitivos y sustantivos en función de adjetivos, verbos, perífrasis verbales, adverbios y locuciones adverbiales, uso de la voz activa, voz pasiva y oraciones impersonales que oculten al agente de la acción, atenuadores e intensificadores, valores culturales, información omitida, significados implícitos, figuras retóricas y estrategias discursivas como el uso de metáforas, hipérboles, preguntas retóricas, *disclaimers*, entre otros, y cómo aparece la voz de los políticos en los textos. De la estructura de la noticia: el titular, el *lead*, y cinco partes posibles del cuerpo (acontecimiento, reacción/consecuencias, información previa, parte explicativa y predicción). Y de los sistemas de valoración: del subsistema actitud, el afecto (positivo o negativo), el juicio (explícito o provocado) y la apreciación; del subsistema compromiso, la “monoglosia” o la heteroglosia, de esta segunda la expansión dialógica o la contracción dialógica, y de esta última, la coincidencia, el pronunciamiento o el respaldo; y, finalmente, del subsistema de gradación, la fuerza (si atenúa o intensifica) y el foco (si agudiza o difumina).

Cada uno de esos elementos es analizado de acuerdo con las funciones que (en las investigaciones del ACD y de la TV), han mostrado tener y a la luz de las expectativas teóricas (fundadas en los dos primeros capítulos) sobre el discurso periodístico en torno a los políticos. Se concluye con una integración de los elementos que permite reconstruir modelos de acontecimiento y modelos de contexto, y, como parte de estos, desentrañar la intención y el propósito, las estrategias para su ocultamiento y para la preformulación de opiniones (actitudes) en las estructuras del discurso, todo dentro del desarrollo de la persuasión y (si las hipótesis se confirman) en aras de la legitimación de los periodistas y deslegitimación de los políticos. Un ejercicio de análisis y síntesis que permitirá apreciar si (como se supone en las hipótesis de la tesis), estos aspectos formales y de significado de los textos se adaptan a la construcción de “modelos mentales y representaciones deseados” por los periodistas (Van Dijk, 2003: 160). Se adjunta una plantilla de cada una de las matrices en el CD de anexos.

#### B) Técnicas complementarias:

##### a) Revisión bibliográfica:

En los primeros dos capítulos se ha recurrido a una extensa bibliografía sobre el fenómeno en estudio y, en el tercero, sobre los conceptos básicos de las teorías sociolingüísticas escogidas para la exploración empírica. Esa información es un primer paso para la sustentación de hipótesis y formulación teórica hacia la que se encamina el trabajo (Anduiza et al., 2009).

##### b) Entrevistas a expertos:

Se entrevistó a diez académicos en relación a los aspectos cognitivos, sociales y discursivos del fenómeno en estudio, lo que, además de enriquecer la discusión teórica, permitirá triangular los resultados de los análisis del *corpus*. Se pretende ahondar de forma focalizada en aspectos teóricos no abordados (o no abordados con mayor especificidad) por la bibliografía consultada. Obtener reacciones expertas a las intuiciones e interpretaciones que orientan esta investigación, a fin de confirmarlas, modificarlas o explorar otras aristas no consideradas en un primer momento. Los entrevistados son cinco españoles y cinco costarricenses (mezcla que busca aprovechar las ventajas de su correspondiente ajenidad y proximidad respecto del caso de estudio) y fueron escogidos: **1)** en atención a la relación de sus líneas de investigación académica con los intereses de esta tesis (son los casos de Félix Ortega y el caudillismo periodístico,

de Constantino Urcuyo y la antipolítica, de Francisco Robles y la relación entre las élites económicas y las corporaciones mediáticas en Centroamérica, y de María Santos y las élites periodísticas); **2)** debido a que recientemente publicaron obras cercanas al tema (tal es el caso de Manuel Alcántara sobre el rechazo al político profesional, Joan Botella sobre los prejuicios del apoliticismo, Manuel Solís sobre el autoritarismo en la cultura política costarricense y Fernando Vallespín sobre la mentira en el mundo de la política); o **3)** en atención a su pormenorizado y sistemático conocimiento del sistema político costarricense y sus evoluciones recientes (es el caso de Hugo Picado, Director del Instituto de Formación y Estudios en Democracia del Tribunal Supremo de Elecciones de Costa Rica, y de Jorge Vargas, Director del Programa Estado de la Nación. Las adscripciones institucionales de cada uno, la referencia de sus publicaciones y atestados, los datos de las entrevistas, sus guiones y audios, se precisan en la bibliografía o se incluyen en el CD de anexos.

c) Entrevistas en profundidad<sup>284</sup>:

Se optó por realizar entrevistas a personas con responsabilidad política y a periodistas costarricenses<sup>285</sup>. La técnica es la entrevista mertoniana o semiestructurada (Corbetta, 2007). Los asuntos de conversación se derivan de las cuestiones de investigación<sup>286</sup>. Mediante estas entrevistas se pretende acceder a: **1)** distintas reconstrucciones de acontecimientos históricos pasados (según son relatados por sus protagonistas) de enfrentamiento o colaboración entre los políticos y la prensa; **2)** representaciones sociales personalizadas, sobre todo roles y prejuicios; **3)** tipos de interacción entre creencias sociales personalizadas y conductas profesionales específicas; y, si fuera el caso, **4)** discursos arquetípicos de grupo. La finalidad de este ejercicio es explorar esas perspectivas para contrastar las hipótesis planteadas y triangular los resultados obtenidos de los análisis de discurso y de los planteamientos teóricos, derivados tanto de la revisión bibliográfica como de las entrevistas a académicos.

---

<sup>284</sup> Para desarrollar este análisis, realicé en junio de 2012 el curso de verano “Técnicas de producción y análisis de la información. Entrevistas y cuestionarios”, de la Escuela de Análisis Sociopolítico de la Universidad de Salamanca, con una duración de 20 horas lectivas.

<sup>285</sup> Enriquecidas, además, con la revisión de entrevistas ya publicadas, testimonios biográficos y artículos de opinión, sobre la profesión periodística, escritos por periodistas.

<sup>286</sup> En los anexos se adjuntan los guiones (no rígidos sino abiertos a la interacción), archivo de audio y fotografía, de cada entrevista. Se verá que en esos guiones se “traducen” las cuestiones teóricas a un lenguaje coloquial y que, además, se personalizan los temas abordados. Así se pasa de las preguntas temáticas de investigación a las preguntas dinámicas de la entrevista.

La muestra es estratégica (no probabilística) y la representación es tipológica (no estadística), pues se buscan discursos polares, representativos de los distintos horizontes de significado, los términos (y las continuidades) de una oposición (políticos – periodistas). Tras una reducida selección original, el arco se fue ampliando según: **1)** la relevancia y prestigio de las personas en sus campos (como puede corroborarse a la luz de los CV mínimos de cada una en el CD de anexos), lo que permitía presumir que contaban con información relevante para el objeto de estudio; y **2)** su disponibilidad a conceder la entrevista. El grupo final (una vez percibida la saturación de las perspectivas) se compone de 16 periodistas y 16 personas con responsabilidad política costarricenses<sup>287</sup>. Dado que la mayoría de los entrevistados condicionó la entrevista a que su contenido fuera confidencial (excepto para los directores de la tesis y miembros del tribunal examinador) y que su eventual reproducción fuera anónima, a cada informante se le ha asignado un código con el que, de ser necesario, se le citará o referirá en el informe final, velando así su identidad en el cuerpo de la tesis. El código se compone de un PAP (y un consecutivo del 1 al 16) en el caso de los políticos y autoridades públicas, y de un PE (acompañado de un consecutivo del 1 al 16) en el caso de los periodistas. Se asigna en específico y se identifica con nombre y apellidos en un sobre cerrado que se entregará a cada miembro del tribunal.

---

<sup>287</sup> Como ya se dijo, esos datos originales obtenidos de las 32 entrevistas fueron complementados con la revisión de entrevistas publicadas, testimonios biográficos y artículos de opinión, sobre la profesión periodística, escritos por periodistas.





## V. EL CONTEXTO POLÍTICO Y MEDIÁTICO DE COSTA RICA

En este capítulo se caracteriza a Costa Rica, particularmente en el quinquenio elegido, lo cual, como se adelantaba, justifica su elección como caso para la presente investigación (si bien no es esa la finalidad aquí). ¿Cuál es entonces? Según la teoría del ACD, para comprender las estructuras del texto, deben considerarse las “estructuras sociales de orden más general en que se basan”, para así poder vincular los modelos contruidos con los grupos, sus relaciones de poder e ideologías (Van Dijk, 2003: 174). Por eso el análisis incorpora información sobre el “macro-contexto relevante”<sup>288</sup> de los textos que se analizan (esto es, sobre Costa Rica, durante el quinquenio 2011-2015). Costa Rica en ese periodo se describe a partir de una serie de procesos políticos, institucionales y culturales, que, según se vio en los primeros dos capítulos, condicionan las relaciones entre políticos y periodistas/medios.

Debe quedar claro: no se pretende utilizar los aspectos de contexto que se detallarán, como si fueran variables explicativas, sino como procesos que caracterizan el contexto en el que se desarrolla el discurso periodístico de valoración negativa de los políticos. Esos procesos sociales no son relevantes en sí mismos como “hechos objetivos” (no influyen directamente sobre el discurso), sino en la medida en que hacen inteligibles las interpretaciones de la realidad con las que las personas construyen sus modelos mentales, que sí se proyectan sobre el discurso: p.ej. un periodista podría incluir esos aspectos “macro” -su credibilidad y la percepción de corrupción política- en su modelo de contexto -como dimensiones relevantes de la situación comunicativa “escribir un

---

<sup>288</sup> Conviene aquí recordar lo que se advertía en la introducción, y es que el principal aporte teórico del ACD de Van Dijk es su teoría del contexto: “contexto”, para esa teoría, no son los factores que condicionan una situación o una relación (como los que se enumerarán y describirán a continuación). Para esa teoría, “contexto” es la representación mental que cada hablante/escritor y cada oyente/lector construyen sobre cada evento comunicativo en curso o mientras acontece, y se le denomina “contexto”, “modelo de contexto” o “modelo contextual” (y así se utilizará en los análisis de la parte empírica de esta tesis). En cambio, a los factores “objetivos” descritos en este capítulo, esa teoría los denomina “macro-contexto relevante”. A pesar de ello, como también se explicaba en la introducción, se opta por titular este capítulo con la palabra “contexto” y no con la palabra “macro-contexto”, dado lo restringido al ámbito del ACD de Van Dijk que es esa conceptualización.

editorial”- y proyectarlo en su autopresentación como “voz del pueblo” frente “los políticos corruptos” (Van Dijk, 2011: 175-176).

Pues bien, primero, del apartado 1) al 5), se considerarán cinco aspectos asociados con la percepción positiva o de fortaleza de los medios y de los periodistas, y luego, del 6) al 10), otros cinco relacionados con una percepción negativa o de debilidad de los políticos.

## 1. CONCENTRACIÓN DE LA PROPIEDAD

Este dato es relevante para hacer inteligibles las interpretaciones de la realidad con las que las personas construyen sus modelos mentales que se proyectan sobre el discurso, porque cuantas menos corporaciones mediáticas concentren la mayoría de los medios (Hallin y Mancini, 2008; Castells, 2009; Alcántara, 2012), el poder -control- de estas sobre el “acceso al discurso público” (Van Dijk, 2000b: 42, 44) será mayor, y la competencia (real) por las audiencias será menor. Por eso es importante saber qué tan concentrada está la propiedad de los medios en Costa Rica. No existe un acervo de trabajos empíricos sobre la concentración de los medios, en general, en Centroamérica<sup>289</sup>. Mucho menos en Costa Rica. De ahí la relevancia del trabajo comparado de Mastrini y Becerra (2009) en Centroamérica y República Dominicana. A su equipo les resultó muy difícil, cuando no imposible, recabar los datos requeridos debido a la opacidad general con la que los medios se reservan su información económica y de *ratings*: “los actores encargados de (...) informar a la sociedad sobre acontecimientos sociales, políticos, económicos y culturales (...) resultan ser sumamente opacos a la hora de informar sobre sí mismos” (Mastrini y Becerra, 2009: 31).

En su investigación explican que si bien, a diferencia del resto de países centroamericanos, la sociedad costarricense cuenta con recursos económicos y culturales de un país de renta media (lo que favorecería la proliferación de industrias culturales), lo pequeño del mercado condiciona ese crecimiento potencial, pues impide el desarrollo de economías de escala (Mastrini y Becerra, 2009)<sup>290</sup>. ¿El resultado? “Si se toma como referencia el dominio de mercado de los cuatro primeros operadores los índices de

---

<sup>289</sup> Fuera del que aquí se revisa, solo aparece una investigación hecha en EEUU: “*Media power in Central America*”, desarrollada por Rick Rockwell y Janus Noreene, en 2003.

<sup>290</sup> Una de sus conclusiones, precisamente, es que en los niveles de concentración de la propiedad incide más el tamaño del mercado que los índices de desarrollo humano.

concentración se revelan muy elevados. Con excepción del mercado de la radio (...) se aprecian indicadores muy cercanos al máximo de la escala” (Mastrini y Becerra, 2009: 74). Y ese es el panorama general en Centroamérica: “que cuatro empresas controlen el 90% del mercado de diarios Centroamericano nos habla de un nivel de concentración de la propiedad inigualado en el resto de América y muy difícilmente alcanzado en el resto del mundo” (Mastrini y Becerra, 2009: 234). Eso tiene claras implicaciones para la calidad de la democracia, pues “el nivel de concentración registrado es extraordinariamente elevado para cualquier sector económico (...) más grave por tratarse de un sector (...) cuyo devenir bien puede ser interpretado como la construcción colectiva de sentido” (Mastrini y Becerra, 2009: 240).

La consecuencia en Costa Rica ha sido que, existiendo muchos medios, el enfoque, perspectivas y orientaciones político-ideológicas a las que el público tiene acceso, son básicamente los mismos, con la consiguiente “eliminación de una serie de voces de la opinión pública” (Boza, 2009: 332). ¿Quiénes son? Muy pocos grupos empresariales: 2 en prensa escrita, 3 en televisión y 5 en radio, aunque hay que anotar **1)** que todos ellos tienen presencia en al menos 2 sectores, **2)** que hay algunos con presencia fuerte en los 3 (p.ej. Grupo Extra), **3)** que otros forman parte de conglomerados transnacionales (p.ej. Grupo Nación y Repretel), **4)** que varios han diversificado sus plataformas de servicios (p.ej. Teletica), y **5)** que al menos 2 han emprendido negocios conjuntos (Teletica y Grupo Nación) (Mastrini y Becerra, 2009; Boza, 2009; Robles y Voorend, 2011). A esto debe añadirse que en el caso de la televisión (el más importante a efectos de la información política, como se verá) hubo un “fuerte proceso de concentración de la propiedad desde 1995, cuando se autorizó la propiedad extranjera de los medios” e ingresó al mercado costarricense el guatemalteco Remigio Ángel González, magnate de medios en América Latina y dueño en Costa Rica de Repretel (5 canales) y de Central de Radios (11 emisoras) (Mastrini y Becerra, 2009: 70).

¿Cómo son ideológicamente? Tradicionalmente han sido defensores de una agenda neoliberal<sup>291</sup>, “consenso” que, pese a la natural competencia comercial, facilita las relaciones cercanas entre sus directores y sus posiciones en bloque frente a los gobiernos y los políticos cuando estos amenazan su propiedad o han tratado de desarrollar

---

<sup>291</sup> Según Pérez (1997: 187) “este apoyo de los medios a la políticas neoliberales-neoconservadoras se da porque coincide con sus propios intereses, que son los del grupo de poder, sobre todo los de la empresa privada”.

prensa partidaria (Carballo 2013; Robles y Voorend, 2011; Pérez, 1989: 135, 137). No les interesan solo los negocios: la propiedad de los medios está en manos de grupos de poder económico que ejercen una “enorme influencia (...) a través de los medios” (Mastrini y Becerra, 2009: 21). Unas élites tradicionales que, según Urcuyo (2009: 71), han mostrado un interés histórico por impedir la emancipación de una casta política que asuma el control del Estado (no obstante su mayor o menor coincidencia con ella en términos político-ideológicos). Temen al “fantasma de la autonomía de la clase política” que dificulte su injerencia directa en los asuntos públicos.

La otra característica del país (común con el resto de Centroamérica) es la carencia de medios públicos fuertes (Mastrini y Becerra, 2009). Tampoco los hay partidarios. Una y otra vez, “la libertad de expresión” es invocada “cada vez que el Estado intenta guardar un espacio comunicativo para sí (...) los medios de difusión privados y las cámaras que los representan consideran la intervención estatal como un golpe serio a la libertad empresarial (propiedad privada) y a la libertad política (democracia)” (Pérez, 1989: 158). Recién concluida la guerra civil (1948)<sup>292</sup> y fundado el Partido Liberación Nacional (salido del bando triunfante y que ha ganado 9 de las 16 elecciones desde entonces), sus dirigentes urdieron un plan para comprar subrepticamente acciones del periódico La Nación (conservador, el más influyente del país, fundado en 1946 y que, tras respaldarlos en el alzamiento armado, entró en conflicto con ellos por sus políticas económicas socialdemócratas). Cuando los accionistas mayoritarios de La Nación se percataron, impidieron que el proceso continuara (Cañas, 2006).

A partir de entonces (y hasta la administración 1986-1990) hubo otros varios y diversos intentos por crear prensa partidaria o medios públicos. En 1954 el socialdemócrata presidente Figueres Ferrer (1953-1958) propone crear una televisión

---

<sup>292</sup> En 1948 el empresario José Figueres Ferrer se alzó en armas contra el Gobierno de Teodoro Picado (1944-1948), en una breve pero sangrienta guerra civil de mes y medio. Se enfrentaban dos alianzas nada coherentes ideológicamente. El gobierno era conservador, pero contaba con el apoyo del Partido Comunista y de la Iglesia Católica, con quienes había sacado adelante una muy progresista legislación social que incluía un Código de Trabajo y un capítulo de garantías sociales en la Constitución Política (incluidas sanidad y pensiones para los trabajadores). Figueres, por su parte, aglutinaba una oposición difusa, respaldada internacionalmente por la Legión Caribe (líderes subversivos contra Trujillo, Somoza, entre otros dictadores), y nacionalmente por el empresariado y los sectores más reaccionarios contrarios a la legislación social, pero liderada, a la vez, por los jóvenes progresistas del Centro para el Estudio de los Problemas Nacionales, críticos del Gobierno por su corrupción y autoritarismo represivo. El detonante de la guerra (tras 5 años de tensiones y violencia política) fue la anulación de las elecciones de 1948, en las que había resultado vencedor el candidato opositor, Otilio Ulate (Director de un periódico de oposición) derrotando a Rafael Ángel Calderón Guardia, que había sido presidente de 1940 a 1944 y que era el “padre político” del Presidente Picado y de la reforma social. Se trata de la última ruptura del orden constitucional en Costa Rica y del hecho fundante de su sistema de partidos.

estatal “al servicio de la sociedad, la educación y la cultura nacionales”. Los grupos de prensa, propiedad del grupo de poder más conservador, el agroexportador, se oponen fuertemente, calificando la medida de monopólica, dictatorial e ilegal. La Sociedad Interamericana de Prensa<sup>293</sup> y la Cámara Nacional de Radio, se unen al frente común. Es significativo que la primera cadena radial del país se hiciera con el objeto de criticar esta iniciativa, llamando a sus proponentes “totalitarios” y “comunistas”. El proyecto acabó archivándose (Pérez, 1989: 159). Luego el mismo entorno liberacionista funda Canal 11 a mediados de los setenta, aunque después (1977) lo venden a Teletica (Pérez, 1997). Además desarrollan su propia imprenta, radioemisoras y, como proyecto más ambicioso, el periódico *Excelsior*. Todas estas iniciativas acaban fracasando económicamente<sup>294</sup> (Pérez, 1997). El gobierno siguiente, el del presidente Carazo (1978-1982)<sup>295</sup>, crea el Sistema Nacional de Radio y Televisión, además de una agencia nacional de noticias (Pérez, 1997). El primero, como parte de una tendencia a favor de la privatización de la comunicación social (Pérez, 1997; 1989), subsiste desfinanciado y con bajísimos niveles de audiencia. La segunda desapareció.

## 2. DIVERSIFICACIÓN DE PLATAFORMAS

Este dato es relevante para hacer inteligibles las interpretaciones de la realidad con las que las personas construyen sus modelos mentales que se proyectan sobre el discurso, porque cuanto más variada comercialmente sea la cartera de productos de una corporación mediática, mayores posibilidades tendrá de segmentar sus contenidos (Castells, 2003 y 2009), de reforzar sus mensajes (Van Dijk, 1999) y de integrarse en “estructuras de colaboración e inversiones cruzadas”, con empresas locales y

---

<sup>293</sup> Asociación de propietarios de medios en América Latina, criticada por sus posiciones políticas conservadoras y nexos con las dictaduras militares durante los años setenta y ochenta.

<sup>294</sup> El *Excelsior* es financiado por el prófugo de la justicia estadounidense Robert Vesco, protegido por los presidentes liberacionistas Figueres y Oduber (Bethell, 2001). Como proyecto editorial queda en bancarrota y cierra en 1978, según la versión liberacionista, por un boicot de las agencias de publicidad y las cámaras empresariales (Pérez, 1997; Cañas, 2006) y, según la versión no liberacionista, porque su uso proselitista le impidió “entrar en la espiral del éxito empresarial periodístico” (Ulibarri, 1988: 109).

<sup>295</sup> El Gobierno de Rodrigo Carazo merece aclaración. Llega al poder gracias a la coalición conservadora opositora al liberacionismo, que busca aprovechar la popularidad y carisma de Carazo para sacar a los socialdemócratas del poder (por primera vez habían repetido dos periodos seguidos, 1970-1974 y 1974-1978). Pero Carazo mismo no era conservador. Había salido de las filas del Partido Liberación Nacional y aunque su fuerte discurso contra la corrupción liberacionista simpatizaba a los sectores conservadores, era un político de pensamiento progresista. Su gabinete, una mezcla confusa de conservadores y progresistas, enfrentó la peor crisis económica del país a partir de 1980, debido a un elevado déficit fiscal (heredado de administraciones anteriores), a la crisis mundial del petróleo y a una errática gestión de la situación (Bethell, 2001).

“conglomerados multimedia globales” (Castells, 2009: 124-134). Como se puede ver en el acápite anterior, los principales grupos mediáticos del país, que concentran la propiedad de los medios, han diversificado sus plataformas (p.ej. Diario Extra se convirtió en Grupo Extra, adquirió otro periódico -La Prensa Libre-, e incursionó en la radio y en la televisión), han establecido alianzas con conglomerados multimedia globales (p.ej. el Grupo Nación con el Grupo Prisa) e, incluso, han hecho inversiones en áreas ajenas al campo de los medios (p.ej. Teletica en el equipo de fútbol). En el caso de Repretel y Central de Radios, son propiedad de un magnate de medios latinoamericanos no costarricense.

Ese es el panorama actual tras casi doscientos años de evolución de los medios en el país. Ahora bien, la historia del periodismo en Costa Rica (que arranca en 1830 con la Imprenta Carranza) muestra, en sus inicios, un tipo de periodismo ideológico, proselitista y literario, centrado en la política y con un número muy reducido de lectores, todos miembros de la élite social (Ulibarri, 1988; Pérez, 1997). Hacia finales del siglo XIX empieza a desarrollarse un periodismo más informativo, sin por ello dejar de ser claramente partidista. Por ejemplo, durante la conflictiva década de los años cuarenta (que acabó en la guerra de 1948), el líder opositor y a la postre presidente (1949-1953), Otilio Ulate, fue periodista y dueño de periódico, desde el que realizaba sus ataques contra el Gobierno que, a la vez, tenía su periódico afín, el cual fue objeto de un atentado por parte de sectores extremistas de la oposición. Luego de la guerra, el periódico La Nación constituyó la más orgánica y permanente oposición contra el Partido Liberación Nacional<sup>296</sup>. En 1960 empezó a transmitir Teletica. A mediados de los años setenta aparece en la prensa escrita, sobre todo en La Nación, un periodismo interpretativo y de investigación (Ulibarri, 1988). En 1976 surge el primer telediario (en Canal 6) y dos años después, TN7 (Ulibarri, 1988). La televisión nacional, debido a lo pequeño del mercado, ofrece pocas producciones nacionales. En mayor o menor medida, ha nutrido su programación con “enlatados” traídos del extranjero (Ulibarri, 1988; Mastrini y Becerra, 2009).

Desde mediados de los años ochenta, sobre todo a partir de la institucionalización de la oposición a Liberación Nacional en un partido político, los medios y la prensa costarricense reivindican con mayor fuerza los valores del periodismo profesional, en

---

<sup>296</sup> Así fue hasta inicios de la década de los ochenta, cuando la oposición a Liberación Nacional pasó de formar alianzas coyunturales para cada proceso electoral y constituyó el Partido Unidad Social Cristiana.

términos de independencia, no partidismo y equidistancia política. El surgimiento de una amplia clase media educada, la alta penetración de la televisión (y de las noticias por televisión), así como inversiones tecnológicas de las principales empresas de prensa escrita, permiten la masificación del consumo de noticias (Pérez, 1989 y 1997; Ulibarri, 1988; Sánchez, 2007). Los únicos cambios significativos desde entonces, fueron la habilitación para que los extranjeros pudieran adquirir medios de comunicación (1995), lo que permitió la ya mencionada entrada al mercado costarricense de Repretel, del guatemalteco Ángel González, y, como en todo el mundo, la revolución del Internet. Recientemente, la caída de ingresos por publicidad ha obligado a los principales grupos mediáticos a reestructuraciones, migraciones del papel al digital, despidos y cierres de medios (Robles y Voorend, 2011; Carazo, 2015).

### 3. GRADO DE CONFIANZA/CREDIBILIDAD (MEDIOS)

Este dato es relevante para hacer inteligibles las interpretaciones de la realidad con las que las personas construyen sus modelos mentales que se proyectan sobre el discurso, porque la credibilidad y la confianza integran el poder simbólico de los periodistas y sus medios (Diezhandino et al, 1994; Santos, 2003), el cual sustenta su legitimidad, necesaria para mantener/acrecer su “capacidad de influencia” (Van Dijk, 1999: 307-310; Thompson, 2001: 147; Alcántara, 2012: 201), y en pro de la cual se construyen los “discursos de legitimación” (Van Dijk, 1999: 318-322). En Costa Rica, los medios llegan a la inmensa mayoría de la población y la mayoría de la población les tiene mucha credibilidad. La penetración de la televisión es alta<sup>297</sup>; los telediarios son la principal fuente de información política de la población y, en ese rubro, la prensa tradicional supera al Internet y las redes sociales<sup>298</sup>. Los telediarios están en los primeros

---

<sup>297</sup> Es un medio de poca penetración en Centroamérica, pero en Costa Rica, en 2005, alcanzaba al 90% de la población (Mastrini y Becerra, 2009).

<sup>298</sup> La serie completa de los estudios disponibles del Centro de Investigación y Estudios Políticos de la Universidad de Costa Rica (CIEP), permite hacer dos conclusiones: **1)** Que para el periodo de análisis de esta tesis, la televisión fue el principal medio de comunicación a través del cual los costarricenses se informaron sobre el acontecer político, seguido de la prensa escrita que se ubicó en casi todos los estudios por encima del Internet y de las redes sociales. **2)** Que el uso creciente de las redes sociales y del Internet, apreciable en ese periodo, ha hecho que justo a final del mismo ya rebasen a la prensa escrita como fuente de información política, conservando, eso sí, la televisión el primer lugar: **Abril 2013:** La televisión (93.8%); la prensa escrita (49.7%); la Internet y las redes sociales (37.8%). **Agosto 2013:** La televisión (93.4%); la prensa escrita (53.7%); la Internet y las redes sociales (38.6%). **Noviembre 2013:** La televisión (92.9%); la prensa escrita (57.6%); la Internet y las redes sociales (45.5%). **Enero 2014:** La televisión (93.4); la prensa escrita (57.2); la Internet y las redes sociales (44.6). **Julio 2014:** La televisión (93.7%); la prensa escrita (52.8%); la Internet y las redes sociales (46.8%). **Noviembre 2014:** La televisión (91.4%);



lugares de valoración y confianza ciudadana (así como la prensa escrita, aunque en menor medida)<sup>299</sup>. Los medios de comunicación son de las instituciones en las que los ciudadanos perciben menos corrupción<sup>300</sup>, y, finalmente, es el país de América Latina en el que los datos de opinión pública son más relevantes para los tomadores de decisión. En palabras de Alcántara (2012: 201-204), los medios gozan de elevados índices de credibilidad y confianza ante la opinión pública, la cual, en Costa Rica, comparada con la de los restantes países latinoamericanos, tiene un peso “claramente abrumador” en la toma de decisiones públicas<sup>301</sup>.

Todos los datos anteriores respaldan la tesis de Sánchez (2007: 162), de que en el contexto de erosión de las lealtades políticas, los medios “se han adelantado a desempeñar parte del papel central de los partidos respecto a la difusión de información política y su representación”. En palabras de Urcuyo (2009: 69), en Costa Rica, “se han transformado en una nueva alternativa de intermediación política” altamente legitimada. Ahora bien, favorece la credibilidad de la prensa, además de la ya mencionada “opacidad” de que gozan sus datos sobre propiedad y ventas (Mastrini y Becerra, 2009), el hecho de que en el país no existe periodismo sobre la prensa<sup>302</sup>: según uno de los más reconocidos y

---

la prensa escrita (49,1%); la Internet y las redes sociales (41,5). **Abril 2015:** La televisión (89,7%), la prensa escrita (51,1%); la Internet y las redes sociales (40%). **Agosto 2015:** La televisión (88,9%); la Internet y las redes sociales (52,6%); la prensa escrita (49,1%). **Noviembre 2015:** La televisión (90,2%); la Internet y las redes sociales (56,5%); la prensa escrita (52,7%).

<sup>299</sup> El Centro de Investigaciones y Estudios Políticos (CIEP) de la Universidad de Costa Rica empezó a incluir en 2015 a los telediaros y a la prensa escrita en su pregunta sobre valoración ciudadana de 20 instituciones sociales. Se les califica del 0 al 10 y se les clasifica del 1º lugar al 20º. En todas, los telediaros ocupan los lugares de mejor valoración y la prensa escrita, aunque no tan bien calificada, relativamente, dentro de las 20 calificadas, también recibe una valoración positiva. Así, en abril 2015, los telediaros son, después de las universidades estatales, las instituciones con la mejor valoración (7,6) y los periódicos (7,2) están en 3º lugar (solo superados por los anteriores y la Iglesia). En agosto 2015, los telediaros (7,0) están en 4º lugar detrás de universidades estatales, la Iglesia y la Policía judicial. Los periódicos (6,8) en 6º, superados por los anteriores y las universidades privadas. En noviembre 2015, los telediaros vuelven al 2º lugar (7,1) solo superados por las universidades estatales, mientras que los periódicos son 8º (6,8). Esta buena valoración de la prensa no es ni excepcional ni novedosa en Costa Rica. Ya en LAPOP (2012) aparecía la Iglesia y los medios ostentando los mayores niveles de confianza, con valores superiores a 60 puntos. Y más atrás, según Pérez (1989: 156) los telediaros aparecen en Costa Rica en la segunda mitad de la década de los setenta, pero ya en 1989 son “el medio informativo con mayor credibilidad e índices de confianza”.

<sup>300</sup> La encuesta del CIEP de la Universidad de Costa Rica, de Octubre 2012, mide la percepción de la corrupción mediante una escala de 1 a 4. En esa clasificación los medios de comunicación (2,4) aparecen entre las instituciones con menor percepción de corrupción.

<sup>301</sup> Arias (1987: 94) da cuenta del uso intensivo que en Costa Rica el sector financiero, la industria y las asociaciones a favor de la desregulación comercial, hacen de las campañas de opinión pública mediante la prensa, advirtiendo que “la opinión pública no es más que la opinión privada de aquellos que tienen poder para difundirla”.

<sup>302</sup> Esto ha sido reconocido por 15 de los 16 periodistas entrevistados para esta investigación, dando, para ello, diversas razones, que se comentarán en el apartado dedicado a los resultados de las entrevistas en profundidad.

premiados periodistas costarricenses, “mientras que los medios actúan de oficio como vigilantes estrictos del comportamiento social y ejercen despiadada crítica y censura contra todo lo que rompe las reglas de la convivencia o se opone a sus paradigmas ideológicos, económicos, políticos, etc., ellos mismos no se someten al análisis y la crítica, rara vez exhiben sus errores o sus libros y, casi nunca, rinden cuentas” (Morales, 2006: 155).

#### 4. LEGISLACIÓN PRO LIBERTAD DE PRENSA

Este dato es relevante para hacer inteligibles las interpretaciones de la realidad con las que las personas construyen sus modelos mentales que se proyectan sobre el discurso, porque cuanto más ampliamente esté tutelada y garantizada la libertad de prensa en un ordenamiento jurídico y menos restricciones existan para su ejercicio, los periodistas y sus medios tendrán más autonomía respecto del Estado (Van Dijk, 1999), por tener éste menos mecanismos de control (poder) sobre el sistema mediático (Hallin y Mancini, 2008). Costa Rica es sistemáticamente clasificada (según informes como los de Reporteros sin Fronteras) como un país con libertad de prensa plena, usualmente alternándose con Canadá en el primer lugar en el Continente americano<sup>303</sup>.

A ello contribuye lo limitada (de hecho y de derecho) que está la acción del Estado frente a los medios. Lo está de hecho, porque, si bien los ingresos publicitarios de la prensa son muy altos, el Estado no se ubica entre los primeros cinco anunciantes. La inversión del Estado en publicidad alcanza apenas el 5% de los ingresos de los medios por este rubro (Mastrini y Becerra, 2009). Y lo está de derecho por la protección de que gozan en el ordenamiento jurídico (más a nivel de jurisprudencia que de legislación). La protección judicial de la libertad de expresión ha seguido un proceso evolutivo marcado, primero, por la tensión entre el periodismo y los medios con el Poder Judicial, debido a fallos que, en tutela penal del honor, fueron recibidos por la prensa como restrictivos de esa libertad<sup>304</sup> (Pérez, 1997; Fonseca, 2006); seguida de una etapa, principalmente a raíz de la creación de la jurisdicción constitucional, en la que la prensa ha encontrado sistemáticamente respaldadas sus pretensiones frente al poder político y estatal, al punto de que, en general, consideran innecesaria una regulación legal que positivice esas líneas

---

<sup>303</sup> Así se consigna en los informes anuales de Reporteros sin Fronteras de 2011, 2012, 2013, 2014 y 2015.

<sup>304</sup> Uno de los cuales, el planteado por el entonces periodista Mauricio Herrera y el periódico La Nación, significó una condena al Estado costarricense ante la Corte Interamericana de Derechos Humanos.

jurisprudenciales (Ulibarri, 2009b). Como confirmara recientemente Carazo (2015), los periodistas costarricenses no se sienten censurados por el Estado. Dato positivo del cual, sin embargo, no puede derivarse un estado óptimo de la libertad de expresión (como sí lo hace Reporteros sin Fronteras), pues en Costa Rica, “más que ante el Estado o los receptores, los directores de medios se censuran y censuran a quienes trabajan para ellos, frente a las empresas o instituciones que financian la propaganda y la publicidad” (Pérez, 1989: 147).

## 5. DESREGULACIÓN DEL MERCADO DE MEDIOS

Este dato es relevante para hacer inteligibles las interpretaciones de la realidad con las que las personas construyen sus modelos mentales que se proyectan sobre el discurso, porque los procesos de “desregulación salvaje” y los vacíos normativos (Hallin y Mancini, 2008: 115-117), han minado el poder (control) del Estado (Hallin y Mancini, 2008) sobre el sistema mediático, han favorecido el aceleramiento sin precedentes de la concentración de la propiedad de medios, y han facilitado la expansión de redes transnacionales de medios (Castells, 2009). En Costa Rica, debido a una inconstitucional omisión legislativa (Villalobos, n.d.) e incluso a sentencias “desreguladoras” del mercado de medios (Robles y Voorend, 2011), este presenta un nivel de desregulación por parte del Estado, que es “insólita” en el derecho comparado. No hay leyes antimonopólicas, las frecuencias se concesionan sin mayor requisito por 20 años automáticamente prorrogables, el canon a pagar por ese usufructo es irrisorio, al igual que las multas por no cumplir las obligaciones para el concesionario (\$6). Se trata de una legislación de 1954, pues el uso del espectro radioeléctrico por parte de las empresas de radio y televisión fue sospechosamente no incluido (y por ende no actualizada su regulación) en la Ley de Telecomunicaciones de 2008.

En general, como factor histórico, en Centroamérica se aprecia “la dificultad por parte de los Estados para establecer políticas claras [de medios], que favorezcan algún grado de participación de la población en su definición (...) ha sido el mercado el que ha fijado de hecho las principales estrategias en el sector info-comunicacional” (Mastrini y Becerra, 2009). En Costa Rica, al menos desde la década de los noventa y a la fecha, esa “dificultad” ha devenido en pasividad, pues desde entonces, ni los partidos políticos mayoritarios ni los ejecutivos, discuten siquiera el tema. Antes de eso, entre las décadas

de los cincuenta y los ochenta, hubo intentos por “democratizar” la comunicación social en el país. Entonces los medios asumieron posiciones en bloque frente a los gobiernos y los políticos cuando estos amenazaban su libertad de empresa o criticaban su trabajo (Robles y Voorend, 2011; Pérez, 1989: 135, 137). Por ejemplo, ya en los cincuenta, el presidente Figueres intentó que la televisión fuera controlada por el Estado. Así también, tras el impulso de la UNESCO en favor de un nuevo orden informativo internacional, el presidente Oduber (1974-1978) creó Canal 13 (como televisora educativa) y Radio Nacional. Paralelamente, impulsó una ley de radio y televisión que pretendía establecer limitaciones en materia de publicidad, restringir la propiedad de los medios a los extranjeros, regular el derecho de rectificación y respuesta<sup>305</sup>, planteando en general la necesidad de “democratizar las comunicaciones”. Los medios privados adversaron la iniciativa calificándola de “Ley Mordaza”. El proyecto acabó archivándose (Pérez, 1997: 181; Pérez, 1989). Misma oposición hubo a una posterior (y última) iniciativa similar (en la administración Arias 1986-1990) en procura de aumentar los montos a pagar por el uso de las frecuencias o restringir la publicidad de cigarrillos y licores, siempre los medios “levantando la bandera de la libertad de expresión” (Pérez, 1997).

El punto de inflexión de ese pulso entre el Estado (sobre todo cuando gobernaba Liberación Nacional) y los empresarios de medios, lo describe Pérez (1997; 1989) y Morales (2006). Dicen que la creación de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Costa Rica a finales de los sesenta y la posterior creación, por ley de la República, del Colegio de Periodistas, apuntalaban el creciente, positivo y cada vez más profesional aporte de los periodistas a la democracia costarricense. La colegiatura buscaba proteger al profesional y era adversada por organizaciones internacionales de comunicadores de corte liberal, por la empresa privada y por la oposición política conservadora en el país. Estos autores marcan el punto de inflexión cuando el Presidente Monge<sup>306</sup> (1982-1986), en atención a las presiones de la Sociedad Interamericana de Prensa, consultó a la Corte

---

<sup>305</sup> En 1988, junto a otras medidas para fortalecer el Sistema Nacional de Radio y Televisión, el gobierno del socialdemócrata Oscar Arias vuelve a intentar regular el derecho de rectificación y respuesta. Nuevamente la prensa reacciona en contra y el proyecto se archiva. Será hasta 1989, con la aprobación de la Ley de la Jurisdicción Constitucional, que se regule el punto (es decir, solo se consiguió mediante una legislación que no versaba sobre regulación de medios y que significaba una mayor limitación contra la acción gubernamental en tutela de los derechos individuales, lo que dificultaba que desde el sector empresarial se le adversara).

<sup>306</sup> Luis Alberto Monge, del socialdemócrata Partido Liberación Nacional, históricamente enfrentado a los principales medios de comunicación, tras la peor crisis económica de la historia del país, aplicó las primeras medidas de ajuste estructural inspiradas en el Consenso de Washington, en cuya aplicación contó con el apoyo de la prensa.

Interamericana de Derechos Humanos si la colegiatura obligatoria era conforme con la Convención Americana de Derechos Humanos. Lo resuelto por esa instancia y luego por la propia Sala Constitucional costarricense, dio al traste con la colegiatura obligatoria, lo que debilitó hasta volver irrelevante la unidad gremial de los periodistas frente a los dueños de los medios. Según Pérez (1989: 141) la coyuntura de crisis económica y reforma neoliberal explica este respaldo de Monge a las empresas de medios: “los medios informativos necesitan de Monge y este de los medios informativos”<sup>307</sup>. Así, luego de la presidencia de Monge (y de la crisis económica que obligó a aprobar los planes de ajuste estructural del Fondo Monetario Internacional) no hubo (salvo la última iniciativa de reforma de la primera administración Arias, 1986-1990) otro intento desde el Poder Ejecutivo por poner al día la regulación de los medios, democratizar ese mercado o fortalecer los medios públicos.

Con el Estado al margen, sin intervenir, y considerando que en Costa Rica la estructura sindical es “deficitaria” y a lo interno de los medios, inexistente (Mastrini y Becerra, 2009: 23), ¿qué características adoptó el sistema de medios? Como “en el resto de América Latina, también en Centroamérica el sector privado tuvo una clara primacía sobre el Estado en la producción y distribución de productos culturales”, lo que “derivó en una fuerte influencia del financiamiento publicitario de los medios” (Mastrini y Becerra, 2009: 215). Fuerte influencia que puede, además, comprometer la calidad e independencia del periodismo que se hace en esos medios. De la reciente investigación de Carazo (2015: 80-82), se concluye que las empresas de medios no son en Costa Rica, a diferencia de otros países, espacios en los que los periodistas puedan desarrollar una carrera profesional. Los medios se alimentan de profesionales jóvenes de los que prescinden cuando alcanzan determinada experiencia, si no es que por su cuenta, ellos mismos, prefieren irse antes. ¿Se van porque el narcotráfico está matando periodistas en el país o porque los políticos estrangulan la libertad de prensa? No. Las causas están, más bien, en las propias empresas de medios (beneficiadas por una excesiva oferta de graduados en periodismo deseosos de encontrar trabajo): bajos salarios, jornadas laborales extenuantes (sin pago de horas extra) y un “ritmo insostenible” que puede sobrellevarse “en las primeras etapas de la vida profesional”, pero incompatible cuando, con una edad más madura, se quiere, por ejemplo, formar una familia. Aun así, en el caso

---

<sup>307</sup> No es causal que durante el Gobierno de Monge, “como parte de la política de legitimación de la prensa”, se decreta el Día de la Libertad de Expresión (1983), el Día Nacional de las Comunicaciones (1984) y el Día de la Democracia (1985) (Pérez, 1997: 193).

de los periodistas con una visión más normativa de su oficio, estas no son las causas determinantes para decidir dejar de trabajar en medios. Pesan, también, las dificultades que encuentran para desplegar su talento, vocación de servicio público e idealismo: los medios costarricenses no tienen “un programa formal para capacitaciones”, exigen que sus profesionales sean “todo terreno” (forma coloquial para decir “no especializados”) y ofrecen “pocas posibilidades para hacer trabajos periodísticos de investigación, más analíticos y profundos, como la mayoría de los profesionales sueña hacer”. Sea por unas razones u otras, solo una minoría de los periodistas entrevistados espera continuar más de cinco años en una sala de redacción.

Lo anterior ayuda a dimensionar lo dicho en el acápite anterior sobre la libertad de prensa en Costa Rica. Una libertad de prensa que, en realidad, es una libertad de las empresas periodísticas, pero que no protege al periodista frente a esas corporaciones (sino que más bien lo debilita). Por ello, esas posiciones destacadas del país en los *rankings* de libertad de prensa no se traducen ni en independencia ni en profesionalismo: la costarricense es una prensa mercantilista cuando no partidista. Las garantías y protecciones son para las empresas de medios, no para los periodistas. Predomina la autocensura. Es “una libertad de prensa prensada por la prensa” (Pérez, 1989: 137). Es la razón por la que “el proyecto político de los medios sale cada vez más de los espacios de opinión para invadir los géneros de la información” (Boza, 2009: 337). En procesos electorales, al menos un sector de esa prensa, asume preferencias no en su línea editorial, donde se arguye la imparcialidad<sup>308</sup>, sino a través de un pseudo-periodismo de investigación de evidente orquestación partidaria y, en general, en términos de posicionamiento político, con un sesgo conservador (Ulibarri, 1988; Pérez, 1997; Silesky, 1996<sup>309</sup>). En los casos que no es así, los periodistas, poco formados y desbordados de trabajo y presiones por producir contenidos, suelen padecer la manipulación de los consultores políticos<sup>310</sup>, en campañas cada vez más profesionalizadas, en las que el

---

<sup>308</sup> Para Arias (1987: 77-81) que los grupos de presión en Costa Rica (que, según él, actúan en la prensa pero no son la prensa en sí misma) definen sus posiciones como “apolíticas” es lo normal. Así mistifican su “intervención cotidiana” sobre el aparato gubernamental y “presentan como si fueran de interés general las reivindicaciones más egoístas y dispares”. Lo cierto es que se trata de sectores que “evitan un tipo de política para mejor participar en otro”. La persuasión se hace por medio de la prensa y en la información “hay ánimo de presionar”.

<sup>309</sup> En Ulibarri (1988: 14), el exdirector de La Nación, Guido Fernández, explicita que desde el medio, realizaba “un antiliberacionismo tajante”. Sobre el Grupo Nación (el más poderoso del país) y su perfil conservador, véase Robles y Vooren, 2012; Bethell, 2001; Pérez 1997; Pérez, 1989).

<sup>310</sup> Según Morales (2006: 116) “las dos investigaciones más notables en la prensa costarricense de la última década (...) fueron servidas a la prensa en un sobre de cartulina por un poderoso interesado”.

sistema de premios y castigos contra los periodistas críticos y la presión de la competencia mediática, favorece el entretenimiento y la superficialidad en la cobertura, en perjuicio del interés público (Carazo, 2000).

El cuadro general resultante de esa legislación (expresiva a nivel normativo de unas relaciones particulares entre el sistema político y el sistema mediático) es, dentro de las categorías de Hallin y Mancini (2008), el del sistema pluralista polarizado (raíces políticas y literarias de un periodismo reservado para pequeñas minorías, escasa profesionalización, una autonomía periodística minada por la instrumentalización política y mercantil<sup>311</sup> y desregulación extrema). No hay, sin embargo, en el caso costarricense, una tradición de medios gubernamentales fuertes, como podría esperarse en este modelo y como se ha intensificado en los populismos latinoamericanos de finales del siglo XX y principios del XXI. Tampoco podría hablarse de paralelismo político, pues salvo los medios impulsados por los socialdemócratas (quebrados financieramente, cerrados o vendidos antes de empezar la década de los ochenta) todos los principales medios en el país respaldan una agenda conservadora<sup>312</sup> y no muestran, ni explícita ni disimuladamente, simpatía por ningún partido político. Por el contrario, la preeminencia que a nivel discursivo o normativo tienen los valores del periodismo profesional (y del modelo liberal o anglosajón)<sup>313</sup> provoca que la prensa subraye su distancia respecto de toda la clase política, incluida su posición de adversaria.

---

<sup>311</sup> En este aspecto el caso costarricense calza a la perfección con la tesis de Waisbord (2014) en el sentido de que en América Latina nunca echó raíces el periodismo profesional (ni público ni privado), sino que se impuso un modelo mercantil en el que los medios son mascarones de proa de intereses políticos o empresariales.

<sup>312</sup> Uno de los históricos directores de La Nación, Guido Fernández, en un artículo de opinión publicado en ese mismo medio, señala: “Nuestra prensa, en términos generales, responde a una estructura ideológica conservadora que se refleja no solo en las opiniones sino en las noticias. Las diferencias entre periódicos y noticieros de radio y de televisión son de estilo, no de fondo. No tenemos la diversidad de informaciones o intereses que hay en otros países (...) los escritores del sector ideológico conservador y del Partido Unidad aparecen con más frecuencia y las publican con mayor rapidez que a los escritores liberales o del Partido Liberación Nacional” (Pérez, 1989: 169-170). Debe aclararse que esta es una opinión de 1989. Pero conforme se consolidó ese “Partido Unidad” (el Partido Unidad Social Cristiana, que había sido fundado recién en 1983 e institucionalizaba las coaliciones conservadoras opositoras al Partido Liberación Nacional desde los años cincuenta), La Nación dejó de ocupar ese rol de “oposición” a los socialdemócratas que a la vez, progresivamente, se acercaron en sus políticas a los socialcristianos. Es entonces cuando La Nación y en general los medios en Costa Rica, sin perder su defensa de políticas conservadoras, toman distancia de todos los partidos e incluso se les enfrentan en bloque (Urcuyo, entrevista).

<sup>313</sup> Esto puede corroborarse, sin necesidad de análisis alguno, en las entrevistas en profundidad hechas los periodistas.

## 6. IDENTIFICACIÓN/DESALINEAMIENTO PARTIDARIO

Este dato es relevante para hacer inteligibles las interpretaciones de la realidad con las que las personas construyen sus modelos mentales que se proyectan sobre el discurso, porque cuanto más baja sea la identificación partidaria (o más se erosione en procesos de desalineamiento secular), la “política de la confianza” gana terreno sobre la “política ideológica” (Thompson, 2001: 158); mayor peso en la decisión del voto tienen las campañas electorales (Sánchez, 2007: 52); mayor importancia adquiere la “política mediática” (Castells, 2009: 261-265), que se desarrolla en el “dominio” de los medios (Van Dijk, 1999: 270-271); y son más determinantes los “escándalos políticos” (Hallin y Mancini, 2008: 113; Castells, 2009: 320-328, 330). Relevante, finalmente, porque la identificación partidaria “funciona como elemento organizador de las evaluaciones y juicios políticos de los ciudadanos”; una lealtad que tiene “relaciones predecibles” con la “confianza que se siente por los partidos” (Sánchez, 2007: 167).

En Costa Rica, al igual que en casi todos los países europeos y latinoamericanos en los últimos 20 años, la identificación partidaria ha caído. Eso sí, al tener el orden democrático más antiguo y estable de América Latina, en su sistema de partidos hay agrupaciones con varias décadas de desempeño electoral, condición indispensable (no suficiente) para que ocurra el proceso conocido como desalineamiento partidario<sup>314</sup> y condición favorable al proceso más general de “*desafección política*” (Sánchez, 2007). Por eso, según Sánchez (2007: 50-52) el descontento con los partidos “es el eslabón más débil de la democracia de Costa Rica”. Desde 1998 el deterioro es sostenido: para el 2016, según el estudio del Centro de Investigación y Estudios Políticos de la Universidad de Costa Rica, el partido que goza de más simpatía entre la población, Liberación Nacional, tiene apenas un 15,4%, mientras que el 71,4 % de la población afirma no simpatizar con ningún partido (CIEP, 2016).

## 7. FRAGMENTACIÓN DEL SISTEMA DE PARTIDOS

Este dato es relevante para hacer inteligibles las interpretaciones de la realidad con las que las personas construyen sus modelos mentales que se proyectan sobre el

---

<sup>314</sup> Solo “es posible hablar de desalineamiento partidario si este afecta a partidos que han estado presentes en la arena electoral durante un tiempo lo suficientemente largo como para haber contado con la lealtad de por lo menos dos generaciones de votantes”. Ello implica entre 24 y 30 años, que los satisfacen tanto el Partido Liberación Nacional como el Partido Unidad Social Cristiana (Sánchez, 2007: 166).



discurso, porque cuanto más agrupaciones partidarias accedan a los órganos de representación política del Estado, el poder relativo, control sobre las decisiones públicas -que incentiva a medios y periodistas a buscar alianzas con los políticos antes que confrontarlos- (Hallin y Mancini, 2008), e importancia como fuente informativa<sup>315</sup> (Van Dijk, 1999; Hallin y Mancini, 2008), de cada una, será menor (Botella, entrevista). Costa Rica, de 1998 al presente, experimenta un proceso de fragmentación de su sistema de partidos, pasando de un bipartidismo consolidado, a un pluripartidismo limitado (Brenes, 2011; Urcuyo, 2009: 63, 71; Sánchez, 2009: 128-134). El mejor indicador para medir la fragmentación partidaria a lo interno del Congreso es el NEP (número efectivo de partidos). El NEP costarricense, en los últimos 20 años, es este: 1986 (2,21 con 5 partidos), 1990 (2,21 con 5 partidos), 1994 (2,29 con 5 partidos), 1998 (2,56 con 7 partidos), 2002 (3,68 con 5 partidos), 2006 (3,32 con 8 partidos), 2010 (3,90 con 8 partidos), 2014 (4,91 con 9 partidos) (Brenes, 2011).

#### 8. GRADO DE CONFIANZA/CREDIBILIDAD (POLÍTICOS, PARTIDOS E INSTITUCIONES PÚBLICAS)

Este dato es relevante para hacer inteligibles las interpretaciones de la realidad con las que las personas construyen sus modelos mentales que se proyectan sobre el discurso, porque la credibilidad y la confianza integran el “poder simbólico” (Thompson, 2001: 140-141) -capacidad de influencia incluida- de políticos, partidos, e instituciones públicas, el cual refuerza su “legitimidad”, necesaria para conquistar poder político (Thompson, 2001: 150) y contra la que se dirigen los “discursos de deslegitimación” (Van Dijk, 1999: 322-327).

En Costa Rica, los partidos, el parlamento y la presidencia son las instituciones peor valoradas y con menor credibilidad, con una erosión sistemática de su confianza

---

<sup>315</sup> Si ya en 1989, cuando el bipartidismo gozaba de estupenda salud, “la ley del silencio se aplica a los funcionarios que critican a la prensa” (Pérez, 1989: 147), ahora, que son tantos los partidos y voceros que tienen que competir para ser utilizados como fuente por los medios y aparecer en ellos, es más fácil para los medios “castigar” a los políticos que se les enfrenten.

desde 2004<sup>316</sup>. La confianza en el gobierno<sup>317</sup> y la legitimidad política muestran un deterioro sostenido desde el año 2010 (Urcuyo, 2015). En los estudios de opinión de 2007 y 2011 que realizó la Universidad de Costa Rica, de entre todas las posibles reacciones emocionales que la política puede generar entre los costarricenses, “la desconfianza es la reacción que recibió un puntaje más alto”. Todo apunta “de forma medular a la vulneración de la relación fiduciaria que sustenta la representación política” (Raventós, Fournier, Fernández, y Alfaro, 2012: 33, 39). Además se comprobó que “la ciudadanía tiene mayor confianza en los poderes del Estado que percibe ajenos a la política”, pues “los niveles más bajos de confianza corresponden a aquellas instituciones que se ocupan más de las diferencias, disputas y conflictos propiamente políticos” (Raventós, Fournier, Fernández, y Alfaro, 2012: 34).

En qué medida contribuyen los medios a esa valoración negativa, no es materia de esta investigación. Lo cierto es que, usualmente, hacen un enfoque simplista de las disfuncionalidades de las administraciones públicas, ignorando las complejidades sistémicas de los problemas y atribuyéndolos preferentemente a “la incompetencia de los elegidos” (Salom, 2009: 327). En cualquier caso, frente a la creciente desconfianza, pesimismo, valoración negativa y abstención electoral, en general, los periodistas costarricenses no se entienden responsables y acusan a quienes esgrimen la teoría del “*videomalaise*” de usar a la prensa de “chivo expiatorio” para ocultar a los verdaderos culpables del desencanto (Carazo 2003: 56).

## 9. PERCEPCIÓN DE LA CORRUPCIÓN (POLÍTICOS, PARTIDOS E INSTITUCIONES PÚBLICAS)

Este dato es relevante para hacer inteligibles las interpretaciones de la realidad con las que las personas construyen sus modelos mentales que se proyectan sobre el discurso, porque cuanto más difundida esté la creencia social de que políticos, partidos e instituciones públicas son corruptos (Castells, 2003 y 2009), más vulnerable (Thompson,

---

<sup>316</sup> Así lo advierte LAPOP (o Barómetro de las Américas de la Universidad de Vanderbilt) en su informe de 2012 sobre el país (con valores inferiores a 45 puntos para las tres instituciones). Este dato lo corroboran la serie de estudios disponibles del CIEP (o Centro de Investigación y Estudios de la Universidad de Costa Rica) que evalúa y ranquea 20 instituciones con puntuaciones del 0 al 10: En abril 2015 los dos últimos puestos los ocupan el Ejecutivo y la Asamblea Legislativa con 5,1 y 4,4 respectivamente. En agosto 2015 el Ejecutivo y la Asamblea Legislativa aparecen de últimos con 4,8 y 4,0. Y en noviembre 2015 las instituciones peor valoradas son el Ejecutivo (4,9) y la Asamblea Legislativa (4,2).

<sup>317</sup> Llegó al 22% en el Latinobarómetro de 2013.

2001) será su poder simbólico a los discursos de deslegitimación y más incentivos tendrán los medios para reproducir -por “actitud conformista” con la audiencia (Hallin y Mancini, 2008: 114, 165-166, 254)- esos estereotipos (Van Dijk, 1999). A comienzos del periodo aquí analizado, según el informe de la Corporación Latinobarómetro (Latinobarómetro, 2011), Costa Rica estaba dentro de los tres países latinoamericanos en los que más se había incrementado la percepción de que se gobierna para intereses particulares; lo que más le faltaba a su democracia, según los costarricenses, era reducir la corrupción; y el grado de transparencia percibida del Estado estaba por debajo de la media latinoamericana. Un año después, el Barómetro de las Américas de la Universidad de Vanderbilt (LAPOP, 2012) advertía una baja percepción de que las cortes garanticen juicios justos. Ambas mediciones son coincidentes con los resultados de la encuesta de octubre-noviembre 2012 del Centro de Investigación y Estudios Políticos de la Universidad de Costa Rica (CIEP, octubre-noviembre 2012). Esta midió la percepción de corrupción que la ciudadanía tiene de distintas instituciones en una escala de 1 a 4, y en los primeros lugares, esto es, con la mayor percepción de corrupción, aparecen los partidos políticos (3,7), el Gobierno (3,5) y la Asamblea Legislativa (3,4)<sup>318</sup>. Además, la clase política costarricense está ampliamente desprestigiada, dos de sus ex presidentes recientes han sido procesados penalmente y encarcelados tras escándalos de corrupción (que involucraron a un tercer ex presidente reciente)<sup>319</sup>. Según la misma Universidad de Costa Rica, consultados los abstencionistas sobre el principal motivo para no votar, ubicaron, tanto en el estudio de 2007 como en el de 2011, la corrupción como principal razón (Raventós, Fournier, Fernández, y Alfaro, 2012: 38).

## 10. GRADO DE SATISFACCIÓN CON LA DEMOCRACIA

Este dato es relevante para hacer inteligibles las interpretaciones de la realidad con las que las personas construyen sus modelos mentales que se proyectan sobre el

---

<sup>318</sup> No se citan resultados posteriores debido a que variaciones del cuestionario utilizado suprimieron ese ítem.

<sup>319</sup> Se trata de los socialcristianos Rafael Ángel Calderón (1990-1994), hijo del líder derrotado de la guerra de 1948, y su correligionario Miguel Ángel Rodríguez (1998-2002), detenido mientras ostentaba el cargo de Secretario General de la OEA. El escándalo de corrupción en el que se vieron involucrados apareció en los medios y provocó las acciones judiciales, hacia finales de 2004 y fueron enlistados por Castells (2009: 578) entre los principales escándalos políticos del mundo. Un tercer expresidente, José María Figueres (1994-1998), hijo del líder vencedor de la guerra de 1948, también fue señalado por la prensa en esos mismos meses (en los que se desempeñaba como Director Ejecutivo y Primer Consejero Delegado del Foro Económico Mundial), pero la fiscalía desestimó la causa en su contra.

discurso, porque cuanto más difundida esté la actitud negativa hacia el sistema político (Castells, 2009) -estrechamente vinculada con la ineficacia del Estado y desempeño de quienes lo gestionan (Castells, 2009)-, más incentivos tendrán los medios para reproducir -por actitud conformista con la audiencia- ese malestar.

Tradicionalmente Costa Rica había presentado índices extraordinariamente elevados (en el contexto latinoamericano) de respaldo a la democracia, rechazo a los gobiernos autoritarios y elevada participación electoral. ¿Qué de todo esto está cambiando y en qué medida? El rechazo hacia formas de gobierno autoritario sigue siendo en los costarricenses el más alto en América Latina. El apoyo al sistema democrático tiene un comportamiento más ambiguo, aunque tendencialmente negativo. El Barómetro de las Américas de la Universidad de Vanderbilt, en 2010, justo antes de iniciar el periodo de análisis de esta tesis, advertía: “En 2010 el apoyo promedio al sistema político en Costa Rica mantuvo el mismo nivel reportado en 2008, 63 puntos en una escala de 0 a 100. Este resultado no sería relevante si no fuera por el hecho de que constituye el segundo nivel más bajo en más de treinta años (1978-2010), apenas ligeramente superior al promedio de 1999. Esta disminución prolonga una propensión al estancamiento en la última década, en un nivel más bajo del que existía tres décadas atrás.” (LAPOP, 2010). Un año después, ya en el momento de producción del *corpus* utilizado, el Informe de la Corporación Latinobarómetro señala que Costa Rica está entre los 7 países latinoamericanos en los que más baja el apoyo a la democracia y entre los 5 en los que la población percibe menos que su democracia haya mejorado (Latinobarómetro, 2011: 27, 40). Además, “se produjo un fuerte incremento en la proporción de ciudadanos “triplemente insatisfechos”, con respecto a los “triplemente satisfechos”. Luego de un crecimiento moderado en la proporción de insatisfechos versus los satisfechos en el período 2004-2008, los valores de insatisfacción del 2011 se dispararon.

En 2012 la crisis se agudiza. Ese año el Barómetro de las Américas señala: “Tradicionalmente, Costa Rica había encabezado el índice de apoyo al sistema democrático, junto con países como Uruguay y Chile; no obstante, los datos del 2012 registran el nivel más bajo de apoyo difuso promedio desde la primera medición realizada en 1978: 56 puntos en una escala de 0 a 100. Nunca antes se había obtenido un índice igual o menor a 60 puntos. Este descenso, visto a la luz de los datos de 2010 y, en general, valorando la serie completa del Barómetro de las Américas, reafirma una tendencia de largo plazo de declive en el apoyo al sistema político costarricense” (LAPOP, 2012). Esta

“preocupante” pérdida de satisfacción con la democracia, dicen los investigadores, podría repercutir en el futuro. Según el Decimoctavo Informe Estado de la Nación, la política costarricense ha entrado en un “callejón con salida incierta”, producto de diversos episodios de inestabilidad política enraizados en el debilitamiento de las instituciones, en la pérdida de legitimidad y credibilidad de sus actores políticos, y en un descenso del apoyo al sistema” (LAPOP, 2012: 33). En 2014 se evidencia una ligera “recuperación”<sup>320</sup>: “Los datos del 2014 registran una recuperación del apoyo difuso promedio que había exhibido una caída en 2012 y se sitúa en 63 puntos en una escala de 0 a 100. Este incremento, visto a la luz de la serie completa del Barómetro de las Américas, muestra un retorno a los niveles promedio del período 2006-2010” (LAPOP, 2014). Finalmente, respecto al abstencionismo, ha crecido notablemente: los niveles de abstencionismo, estables por casi medio siglo en 18%, pasaron, en 1998, a un 30%-35% y así se han mantenido desde entonces hasta las de 2014 (Ramírez, 2010; Raventós, Fournier, Fernández, y Alfaro, 2012).

A la evolución de esos datos deben añadirse dos más, no usualmente relacionados con la satisfacción con la democracia, pero muy relevantes dada la temática de esta tesis: la tolerancia política y el autoritarismo social. En la Costa Rica bajo análisis en esta tesis, la primera cae y el segundo sube, ambos a niveles alarmantes para los investigadores del Barómetro de las Américas de la Universidad de Vanderbilt: “Al igual que sucede con el apoyo al sistema, la tolerancia política se redujo considerablemente en el 2012 [53,0], alcanzando sus niveles más bajos de todo el período analizado. La reducción fue de más de 10 puntos, en comparación con el valor del 2010” (LAPOP, 2012). En cambio, con un 75,2 de autoritarismo social, Costa Rica se ubica por encima de la media continental, lo que “revela una alta presencia de autoritarismo social en el país. En la personalidad autoritaria predomina el conformismo social, el apego al orden establecido, la anulación de la autonomía –propia y ajena– y una concepción vertical de la autoridad” (LAPOP, 2012). En 2014 los números empeoran: el índice de tolerancia política es de 47 puntos en la escala de 0 a 100, con lo cual, “la tolerancia política muestra un fuerte descenso en 2014, alcanzando sus niveles más bajos de todo el período analizado. La reducción fue

---

<sup>320</sup> Esa aparente recuperación debe matizarse con la consideración de que ese fue año electoral y que resultó electo, por primera vez desde la guerra civil de 1948, un partido distinto al de las dos grandes familias políticas enfrentadas en ese conflicto bélico, lo que supuso un “cambio esperanzador” para un inédito 78% que votó a Luis Guillermo Solís para Presidente de la República. Aunque el apoyo al sistema democrático es distinto a las mediciones de valoración del presidente, cabe advertir que Solís, ya en 2015, mostraba un nivel de aprobación de su gestión inferior al 30% de los encuestados.

de aproximadamente 20 puntos en comparación con el valor del 2010 (...) y de 6 puntos por debajo de la cifra reportada en 2012” (LAPOP, 2014). La conclusión de los investigadores expresa extrañeza: “los datos del Barómetro de las Américas 2014 arrojan una situación paradójica en Costa Rica. La recuperación de los niveles de apoyo ciudadano al sistema político, luego de la pérdida reportada en 2012, contrasta con el aumento de la intolerancia entre los costarricenses” (LAPOP, 2014).

Si bien esa “recuperación” en el apoyo al sistema democrático debe matizarse, como ya se dijo, con el hecho de que 2014 fue año electoral y, encima, con resultado inédito en las urnas, ¿no son en cualquier caso contradictorios la excepcional (en el contexto latinoamericano) estabilidad democrática costarricense y el elevado rechazo a formas de gobierno no democráticas, con esos índices de tolerancia política y de autoritarismo social? Mora, Solís y Soto (2014: 44-56) explican esa “disonancia”. Crean una tipología sobre la base de actitudes políticas compuesta de cuatro categorías: demócratas, demócratas-autoritarios, autoritarios moderados y autoritarios radicales. El resultado<sup>321</sup> (sobre la base de las encuestas) ubica al mayor segmento de la población costarricense como demócrata-autoritario, personas que apoyan la democracia a la vez que respaldan prácticas autoritarias. ¿Cómo es posible? La clave pareciera estar en el concepto de “democracia” que manejan: la minoría “democrática” la asocia más con bienestar colectivo. La mayoría (demócratas-autoritarios) con un tipo de régimen que define libertades y derechos. Definen la democracia en términos más “utilitarios e individualistas que en términos de bienestar colectivo”. Así, “la mayoría de personas no están a favor de un Gobierno autoritario porque eso implica el riesgo de que les sean restringidas sus propias libertades y derechos”, pero, a la vez, esas mismas personas, “sí parecen tener la disposición de que se excluyan y restrinjan a grupos que representen una molestia o amenaza para ellos o bien a un supuesto orden establecido”.

Una clave complementaria y que profundiza en estos hallazgos es la que aporta Solís (2006) en su investigación sobre cultura política en Costa Rica. Para el autor, el creciente malestar con los políticos, la persistente ilusión en el imaginario costarricense de un gobernante “no político”, enérgico, que ponga orden, y la creencia (transversal entre la izquierda y la derecha) en la excepcionalidad pacífica y democrática de Costa Rica, se explican mutuamente y están relacionados con la historia de las instituciones del país,

---

<sup>321</sup> Resultados: demócratas (7,4%), demócratas-autoritarios (63%), autoritarios moderados (2%) y autoritarios radicales (27%).

forjadas, en su versión actual, tras la guerra civil de 1948. Una cultura caudillista de jefes y seguidores, con una marcada pulsión autoritaria que estalló de forma violenta en el breve pero cruento conflicto bélico. Del principal sector del bando ganador, salió el partido político dominante desde mediados del siglo XX hasta la fecha (el socialdemócrata Partido Liberación Nacional), y del ala conservadora del bando perdedor han salido todos (hasta 2014<sup>322</sup>) los presidentes electos por la oposición (de orientación socialcristiana). Un bipartidismo estable hasta 1998, y que desde las elecciones de 2002 hasta las de 2014 ha devenido en un multipartidismo.

¿Cómo fue posible la estabilización de ese bipartidismo? La tesis de Solís (2006) es que luego de la guerra, tras algunos años de tensión y reacomodos entre esas dos “familias políticas”, se construyó e impuso el “relato de la co-inocencia”, según el cual ambos bandos combatieron por razones altruistas (la pureza del sufragio unos, los derechos sociales otros). Sin reparación para las víctimas, comisiones de la verdad ni memoria histórica, los líderes de ambos bandos fueron declarados “beneméritos de la patria”, y sus partidos procedieron a patrimonializar de común acuerdo el Estado<sup>323</sup>. La reforma social de los años cuarenta (conquistada tras una insólita alianza<sup>324</sup> entre socialcristianos, comunistas y la Iglesia Católica), se fortaleció a pesar de la derrota en la guerra de sus creadores, y a ella se añadió una reforma institucional que perfeccionó y protegió el sufragio como mecanismo de alternancia entre élites, lo que les disipó los tradicionales temores de fraude electoral. Ese mecanismo (dado lo fuertemente blindado que se diseñó) no solo mereció la confianza de los rivales sino que contribuyó, una vez más, a potenciar el discurso de la excepcionalidad democrática costarricense en América Latina. Relato que adquirió un carácter identitario en el país, tras transitar durante toda la segunda mitad del siglo XX, a diferencia de los demás países de América Latina, sin golpes de Estado, sin dictaduras militares, sin presos políticos ni desaparecidos, sin

---

<sup>322</sup> En las elecciones generales de 2014, aunque el Partido Liberación Nacional obtuvo la bancada mayoritaria en el Congreso, el Partido Acción Ciudadana (fundado en 2001) ganó la presidencia de la República. Acabó así la alternancia histórica que, desde la segunda mitad del siglo XX, tuvieron en el poder los partidos nacidos del enfrentamiento bélico, hecho fundante del sistema de partidos costarricense (Urcuyo, 2015).

<sup>323</sup> Principalmente mediante la Ley 4/3, con la que se repartían las juntas directivas de las instituciones autónomas entre los dos partidos mayoritarios, y con el sistema de financiamiento partidario, con el que se repartían el grueso de la contribución económica del Estado para cubrir los gastos de las campañas electorales.

<sup>324</sup> Favorecida, en su momento, tanto por el *New Deal* en EEUU como por la alianza entre ese país y la URSS contra el fascismo. La alianza acabó durante la guerra civil, en la cual los comunistas (aliados del gobierno conservador) llevaron el peso de la resistencia contra los insurgentes (ejército de liberación nacional) y tras la cual fueron proscritos, de modo que se les impidió organizarse y competir como partido político hasta los años setenta, cuando se reformó la Constitución para eliminar dicha proscripción.

movimientos guerrilleros y con la misma Constitución Política. La abolición del ejército en 1949 y la obtención, por parte del presidente Óscar Arias, del premio Nobel de la paz en 1987 (por sus esfuerzos en la pacificación de Centroamérica) son los hitos de “la Suiza centroamericana”.

De modo que tras la convulsa década de los cuarenta, el país cambió radicalmente. La estabilidad política, el ahorro en gasto militar y las políticas desarrollistas de sustitución de importaciones y salarios crecientes, permitieron un asombroso crecimiento en los índices de desarrollo humano y de reducción de la pobreza (Garnier y Blanco, 2010). Lo que no cambió, según Solís (2006), fue la cultura política autoritaria, de jefes y seguidores, de una ciudadanía de baja intensidad, no partícipe en la construcción y desempeño de sus instituciones. Ninguna reforma (hasta la creación de la Ley de la Jurisdicción Constitucional en 1989 y la adopción del referéndum en 2006) tuvo como objetivo fortalecer el rol del ciudadano en el sistema político, de modo que sus gobernantes estuvieran sometidos a un control efectivo y rendición de cuentas de cara a la ciudadanía. Es en ese contexto que inicia la “era del malestar” (sobre cuyas causas aquí no se especula), excepcional en Centroamérica (Rodríguez, 2013: 73), en parte expresada por el ya indicado salto en los niveles de abstención electoral<sup>325</sup> (Raventós, Fournier, Fernández, y Alfaro, 2012). Un malestar que ha encontrado en los políticos, sin distingo de partidos o identidades ideológicas, la causa de todos los males del país. Para Solís (2006), el grueso de la crítica que desde los medios se hace a los políticos desde finales del siglo XX, tiene que ver con su renuencia, debilidad o cálculo electoral a la hora de reformar el Estado y liberalizar la economía<sup>326</sup> (agenda de consenso entre los dueños de los medios). Es el “discurso del estancamiento”, al que han contribuido los medios que, invocando sondeos de opinión, han atribuido sistemáticamente la culpa a los políticos, en general. A la vez, la modulación y contención de esa crítica, obedece al temor que suscita en esos sectores el riesgo de que la deslegitimación total de la clase política abra espacios a la convulsión social y a las alternativas de izquierda. Del otro lado, del lado no aperturista, el malestar (también contra los políticos, en general) se alimenta del deterioro

---

<sup>325</sup> “Aunque el nivel de abstencionismo tiene múltiples causas, una serie de evidencias señala que este incremento se debe en gran medida al malestar con la política en general y con los partidos y la clase política en particular” (Rodríguez, 2013:73).

<sup>326</sup> Los ideólogos y tecnócratas de la apertura, impacientes y decepcionados con los políticos de la apertura, según Solís (2006).



del Estado del bienestar y de la creciente desigualdad social<sup>327</sup>. Es el discurso de la nostalgia, de la pérdida y del pasado dorado.

Es decir, de un lado la irritación es por las reformas aperturistas y liberalizadoras que se han hecho, y del otro, por la lentitud, carácter parcial y concesiones (sobre todo a los sindicatos del sector público) con que se han hecho. El común denominador es la identificación del culpable: la clase política. Lo llamativo es que los “discursos antipolítica” caracterizaron los años previos a la guerra civil de 1948 (en ambos bandos)<sup>328</sup>. Tanto para los conservadores gobernantes, como para la oposición (principalmente para José Figueres y la intelectualidad del Centro para el Estudio de los Problemas Nacionales, en adelante el Centro), el principal problema del país eran las personas que, en lugar de trabajar por el bien de la patria, “hacían política”. Esto es más acentuado incluso en Figueres y en el Centro: estaban convencidos de que el país, si iba a desarrollarse, necesitaba dejar de estar dirigido por políticos, para que en adelante fueran “técnicos”, “hombres de ciencia”, los que marcaran el rumbo<sup>329</sup>. Un rechazo de los políticos que entrañaba, también, desprecio por la política. Y esta sería la causa, para Solís (2006), de que, a pesar de las muchas coincidencias entre los proyectos políticos de los dos bandos enfrentados (al menos entre sus alas más progresistas), no encontraran (ni en realidad buscaran) un acuerdo que evitara la lucha fratricida.

¿Son el autoritarismo social y la baja tolerancia política, rasgos seculares de la cultura política costarricense? ¿Están relacionadas esas actitudes con la, denominada por Solís (2006), “antipolítica”? Son cuestiones que escapan a los objetivos de esta investigación, pero que tangencialmente los cruzan. Porque el discurso periodístico de valoración negativa de los políticos es socialmente comprendido y respaldado,

---

<sup>327</sup> Históricamente Costa Rica había sido uno de los países menos desiguales de América Latina. Pero según el índice Gini del Banco Mundial hoy presenta una desigualdad de 49,2, la más alta del país en más de 30 años, siendo, además, el único de América Latina en el que la desigualdad se ha incrementado en la última década.

<sup>328</sup> No se sugiere con ello, que Costa Rica esté al borde de una guerra civil ni mucho menos. Si bien ese elemento en común con aquella época es sugerente, muchos otros aspectos tanto internos como regionales, además de culturales e identitarios, hacen que nadie en el país se plantee siquiera ese escenario.

<sup>329</sup> La obra de Solís (2006) abunda en ejemplos de este discurso, pero su versión más desarrollada se encuentra en un texto de 1941 de Roberto Brenes Mesén (Brenes, 1980), a la sazón, padre intelectual de los jóvenes del Centro, que solo siete años después se alzarán en armas contra el Gobierno. Catorce páginas sobre “El Político”, una figura caricaturizada distinguida por su incultura, pocos escrúpulos, ambición irrefrenable de poder, vanidad sin causa, cortoplacismo, propensión delictiva, entre otros vicios y faltas. Un párrafo, al final, dedica el autor a decir que también existe el “político eximio” (este, que es la excepción, es el que requiere el adjetivo). Brenes era periodista, había sido profesor de la neoyorquina Universidad de Columbia y Ministro de Instrucción Pública durante la dictadura de los Tinoco (1917-1919), última de la historia costarricense.

precisamente, porque encuentra su eco profundo en representaciones socialmente compartidas sobre cómo son los políticos, qué hacen y con qué motivaciones. Eso es lo que constatan los trabajos con grupos focales o de discusión que se han hecho. El país tiene un pasado virtuoso bajo la guía de “grandes hombres” y tiene todas las condiciones para dar el salto al desarrollo. Lo frena la incompetencia, mendacidad y corrupción de su clase política. Tal es el clima de opinión instalado en la Costa Rica de siglo XXI, en la que se “ha definido en el imaginario la vinculación político-ciudadano como el ciudadano justo y honrado, víctima del engaño del político abusivo, mentiroso, utilitario” (Rodríguez, 2013: 103). Los costarricenses, en general, tienen “la convicción de ser parte de una comunidad ciudadana que tiene valores positivos”, mientras que “los políticos tienden a ser traidores de esa condición original” (Sojo, 2010: 146). Los políticos son “los de arriba” y la ciudadanía “los de abajo” (Urcuyo, 2015: 323). Todo ello ocurre mientras, paralelamente, se da un incremento sin precedentes de la protesta social<sup>330</sup> y mientras los líderes de esas manifestaciones (autonombradas como “la democracia de la calle”) advierten que “la calle ha venido adquiriendo más altos niveles de legitimidad”, al tiempo que rechazan por disfuncional la democracia representativa (Urcuyo, 2015: 326).

---

<sup>330</sup> Según el informe Estado de la Nación, entre 2011 y 2013 el país rompió el récord de movilizaciones sociales de protesta, con cerca de dos por día.



## **PARTE TERCERA**



## VI- RESULTADOS

### 1. LA REPRESENTACIÓN DISCURSIVA DE LOS POLÍTICOS EN TELENOTICIAS

Sobre la base de los editoriales analizados pueden detallarse -mediante la construcción de una tipología- tres movimientos (estrategias locales) del discurso de valoración negativa de los políticos que hacen los codirectores de TN7. Esta descripción (de tres movimientos estructurados sobre cuatro micro-estrategias cada uno) muestra, principalmente, cómo se construye dicho discurso<sup>331</sup>, cuyo propósito deslegitimador (de los políticos) y legitimador (de los periodistas y de los medios de comunicación) fue constatado en las piezas analizadas, como puede corroborarse en el CD de anexos. Una afirmación, esta última, que debe fundamentarse previo a detallar la tipología propuesta.

El propósito deslegitimador (de los políticos) y legitimador (de los periodistas y de los medios de comunicación) se infiere del hecho de que en toda la muestra los elementos enlistados (estructuras del discurso), una veintena en la gran mayoría de ellos, se adaptan a la construcción de unos modelos mentales (representaciones<sup>332</sup>) preferidos; esto es, adecuados para la reproducción de unos conocimientos y actitudes vinculados con creencias “impolíticas” o “antipolítica”<sup>333</sup> y con creencias propias de una ideología profesional periodística<sup>334</sup>. Esa es la clave. La muy cuidadosa elección, construcción y articulación de distintos elementos, como las metáforas, es evidencia de discursos que claramente no son espontáneos, que fueron elaborados de forma reflexiva, calculada, lo que favorece la apreciación de intenciones y propósitos en sus estrategias. En los editoriales las *fuentes* son (entre otros) modelos de acontecimiento con los conocimientos, actitudes y, en general, las creencias socialmente compartidas dichas, pero el *filtro* son los modelos de contexto. Estos (en los que parecieran decisivos la adscripción

---

<sup>331</sup> Debe aclararse que, en la descripción de los elementos macro y micro estructurales empleados, se destacarán únicamente los más usados para cada movimiento, salvo cuando se indique su carácter excepcional.

<sup>332</sup> Conviene recordar que dentro de los estudios del discurso, cuando se dice “representar”, “representa”, “representaciones”, etc., no se alude al sentido jurídico, sociológico ni politológico del término, sino a constructos mentales (a nivel cognitivo) o a sus proyecciones en los textos (a nivel discursivo).

<sup>333</sup> Según las describen, entre muchos autores referidos en la tesis, Rosanvallon (2007) y Schedler (1994, 1996, 1997).

<sup>334</sup> Según las describen, entre muchos autores referidos en la tesis, Ortega y Humanes (2000), Ortega (2003, 2006, 2007, 2011) y Van Dijk (1990, 1999).

institucional del periodista, la audiencia y lo que de ella supone, y el propósito que orienta su planeamiento de lo que dirá) constituyen la principal interfaz entre esas distintas representaciones socialmente compartidas sobre los políticos y sobre los periodistas, y el discurso de Cisneros o Santos. Discurso repetido en editoriales (casi todos) sobre hechos particulares, pero sobre la base de los cuales ellos construyen valoraciones generales sobre los políticos, los periodistas y los ciudadanos. El control discursivo de los modelos mentales predilectos para influir en el receptor (en su proceso de comprensión), así como la recurrencia y sistematicidad con que ello se hace, permiten apreciar el deliberado objetivo (propio de los procesos de reproducción ideológica) de persuadir y, en algunos casos, manipular a los telespectadores en el sentido dicho.

A continuación, la tipología de tres movimientos estructurados sobre cuatro micro-estrategias cada uno.

#### A) Deslegitimación:

##### a) Déficit Moral:

Santos y Cisneros representan a los políticos como moralmente deficientes. Con las restricciones necesarias para no incurrir en el delito de calumnia, utilizan más verbos y sustantivaciones que adjetivos (no dicen que son mentirosos, sino que hacen “promesas mentirosas”; no dicen que roban, sino que “desvían el dinero”). Operan aquí los filtros del modelo de contexto: se representan mentalmente a los políticos criticados como personas que podrían querellarlos penalmente por faltas al honor (incluso es tema del *editorial n.º 13*). Esa es presumiblemente la razón de que sean abundantes los significados implícitos<sup>335</sup> para acusar la corrupción. Una razón adicional para que los significados implícitos sean tan relevantes en este tipo de editoriales es la especie de complicidad que su uso le permite desarrollar al/a la periodista con sus telespectadores: él/ella sabe que ellos saben a lo que él/ella se está refiriendo.

El déficit moral los caracteriza a todos, gracias al uso mayoritario de sustantivos comunes (p.ej. políticos, gobiernos), figuras como la sinécdoque y oraciones

---

<sup>335</sup> Se trata de información presupuesta, que puede/debe ser inferida por los lectores oyentes de un discurso. Su relevancia yace en que son parte del modelo mental de los usuarios, relacionada con creencias subyacentes o información general compartida.

impersonales, que facilitan la generalización<sup>336</sup>. Básicamente, lo que *Ellos* hacen es incumplir la ley y “acusar” a la prensa por denunciarlo. Su objetivo: ocultar que, bajo la apariencia de velar por los intereses comunes, están dedicados a sus “intereses particulares”. Así, antivalores como falsedad y opacidad son especificados y asociados a *Ellos* (incluso plasmados en metáforas<sup>337</sup> como “debajo de la mesa” o “cuentos chinos”), articulando en torno a sí macroproposiciones, argumentos y temas. En suma, en la definición de la situación (p. ej. una carretera cuyo costo se eleva y presenta desperfectos, o un debate parlamentario sobre los fueros), la complejidad de los asuntos es reducida a un problema moral de *Ellos*. Los muchos factores (p.ej. deficiencias de la legislación sobre expropiaciones o institucionalización de los fueros en el derecho constitucional comparado) que normalmente influyen en situaciones complejas como las ejemplificadas, desaparecen en aras de la reducción moralizante de los problemas (acompañada, por cierto, de una exoneración total de responsabilidad de *Nosotros* y atribución exclusiva de esta a *Ellos*).

b) Déficit técnico/intelectual:

El/la periodista representa a los políticos como deficientes técnica e intelectualmente, como incompetentes. Mediante adjetivos (p.ej. incapaces // ineficientes) que califican sustantivos comunes (p.ej. “diputados”), valora mediante el subsistema “juicio” y sustenta macroproposiciones y argumentos que giran en torno a este tópico. También son frecuentes las preguntas retóricas para remarcar el antivalor ineficiencia y la omisión de información para ocultar la complejidad de los problemas y simplificar o negar la dificultad de lo que *Ellos* no han podido hacer. En la misma dirección, destaca la forma en que aparece (cuando aparece) la voz de los políticos en los editoriales, fragmentada, sin argumentos (en ocasiones, además, acompañada por imágenes de video que contradicen las declaraciones de los funcionarios). Es principalmente en estos editoriales, que suele contradecirse la voz del político con la del experto.

---

<sup>336</sup> El uso de la voz activa, pasiva o de oraciones impersonales permite analizar la atribución de responsabilidad u ocultamiento de agentes (cuando, por ejemplo, pretende exonerarse a un participante de acciones o resultados que, piensa el hablante -modelo de contexto-, serán interpretados de forma negativa). La voz pasiva también permite realizar acusaciones vagas “identificando” a sus autores de forma imprecisa (y por eso generalizando).

<sup>337</sup> Las metáforas son un recurso potente para representar a los participantes y, al hacerlo, polarizarlos. Su potencia radica en la capacidad que tienen para evocar todo un conjunto o universo de significados asociados a la imagen que enuncian, lo que permite orientar los procesos de comprensión del receptor e, indirectamente, la estructura de los modelos mentales que construya.



Otro aspecto relevante de los editoriales que giran en torno a este tema (aunque en general presente en las cuatro micro-estrategias de deslegitimación), es el proceso de generalización que extrapola lo general a partir de lo específico (p. ej. de la mala gestión de una carretera por parte de un ministro, el/la periodista concluye que el Estado es ineficiente). Cualquier hecho negativo de *Ellos* es representativo de su accionar habitual, previsible, incluso, en palabras de Santos, “inevitable”. Eso ocurre a nivel discursivo porque, a nivel cognitivo (tanto en el proceso de producción del discurso propio como en el de comprensión del discurso ajeno), opera una lógica inversa pero complementaria: se explican, se interpretan, casos concretos con base en conocimiento general y macroproposiciones dogmáticas. Y ahí son determinantes los prejuicios “antipolítica”. Tanto, que los únicos dos editoriales en los que se reconocen méritos políticos (*editorial n.º 10* y *editorial n.º 15*) se les interpreta como atípicos, la excepción que confirma la regla. En suma, el déficit técnico/intelectual de los políticos (y en general los otros tres déficits detallados en este acápite) se construyen de abajo hacia arriba (generalizando del caso al tipo) y de arriba hacia abajo (interpretado el caso sobre la base de macroproposiciones dogmáticas).

#### c) Déficit Cultural:

Cisneros y Santos representan a los políticos como un grupo acostumbrado a la pérdida de tiempo, el despilfarro de (*nuestro*) dinero y la improvisación. Mediante adjetivos (p.ej. “mediocres”), verbos (p.ej. “cobran”, “gastaron”), y el uso de la voz activa (para explicitar la atribución de responsabilidad), los relaciona con antivalores como la negligencia, la vagabundería y el oportunismo. Como en las demás formas de deslegitimación, los sustantivos comunes (p.ej. “presidentes”, “gobiernos”) empleados para referirse a los políticos, son relacionados con otros que son negativos en sí mismos o que lo son por su co-texto (p.ej. “vergüenza”, “vacaciones”), con lo que se preformulan opiniones implícitas en los argumentos y definen los temas hacia los que se dirige la atención de los telespectadores<sup>338</sup>. Otros recursos utilizados son el uso de la ironía (dirigida a excitar la indignación y generar conexión empática mediante el subsistema de valoración “afecto”), las metáforas (p.ej. “*hoyo negro* de la burocracia”) y un nivel de

---

<sup>338</sup> Temas y subtemas orientan la atención de los oyentes hacia aquellos aspectos que, en la producción del discurso, se tiene el propósito (modelo de contexto) de que generen más impacto, lo cual es una función de la persuasión para la reproducción ideológica.

descripción muy detallado para retratar el desperdicio de dinero o la gravedad de situaciones de las que las autoridades (según los periodistas) parecieran no percatarse.

A este respecto son muy importantes las definiciones de la situación que aparecen en los editoriales, la explicación de las causas de lo que ocurre. Para la reproducción del discurso de valoración negativa de la política, son relevantes las relaciones causa/consecuencia entre (la interpretación de) los hechos referidos (la base referencial semántica de los textos no son los hechos “objetivos” sino la interpretación/representación de estos). Y son mayoría los editoriales en los que la causa de lo malo que *nos* ocurre se encuentra (más que en la corrupción, la incapacidad o la distancia) en la negligencia, la vagabundería y el oportunismo de *Ellos*. El descargo que hagan las autoridades, sus explicaciones, son invisibilizadas o sesgadas. La mayoría son textos heteroglósicos por intravocalización (aunque algunos están multivocalizados por extravocalización), pues aunque quienes tienen posturas alternas no aparecen citados, estas sí son claramente consideradas por la voz autoral que, para refutarlas, emplea distintos recursos de contracción dialógica (proclamación por coincidencia, por pronunciamiento y por respaldo, en las mayoría de los casos).

d) Déficit político:

Los codirectores de TN7 describen a los políticos como distantes de la ciudadanía. Entre los medios utilizados para esto, está el referirse a *Ellos* en tercera persona. Sustantivos comunes (para no distinguir entre políticos) y sustantivaciones (p.ej. “ciudadanos de primera”), son asociados a otros que, por el co-texto, tienen un sentido negativo (p.ej. “privilegio”). El uso de verbos es coincidente (p.ej. “no entienden”, “discuten”). Mediante preguntas retóricas implican las mismas actitudes y argumentos, respecto de que los políticos están desconectados de *nuestra* realidad, tienen distintas “prioridades” a *nosotros* y *nos* desoyen. El antivalor evocado con más claridad, incluso de forma explícita, es el de la “indiferencia”. Acusarlos por ser “indiferentes” frente a *nuestros* problemas es, evidentemente, una valoración negativa explícita mediante el subsistema “juicio”. El resultado extremo de esa acusada lejanía es el miedo, no de *Nosotros* a *Ellos* sino al revés. Un miedo que los hace reaccionar a *nuestra* protesta e indignación, con un autoritarismo represivo de *nuestra* libertad.

Lejos del pueblo, están solos, aislados. La deslegitimación aquí es por falta de representatividad: si no comparten *nuestros* intereses y objetivos, si no se *nos* parecen, no

*nos* representan. Y esto, desde luego, debe leerse en relación con lo arriba mencionado sobre la alineación estratégica de los periodistas con la audiencia. Los periodistas sí están cerca, sí se ocupan de *nuestros* problemas... nadie les votó, pero son *nuestra* voz. Difícilmente puede considerarse ingenua esa construcción si se considera que políticos y periodistas compiten por la representación sociológica de la sociedad, pugna respecto de la que Alcántara (2012) apunta una “reinversión” de confianza en América Latina: cuanto mayor es la de los periodistas, menor la de los políticos.

Al respecto, la comprensión popular del bien común y el interés general favorece el rechazo de los políticos. En los editoriales, sustantivaciones como “bien común”, “los intereses de todos” o “el bien del país” son expresados como si su definición fuera clara para todos. Y bajo el supuesto de que lo es, resulta inaceptable, muy reprochable, que los políticos no hagan “lo que hay que hacer”. Que discutan tanto, en lugar de “sacar adelante a Costa Rica”. Algo interesante en relación con esto, es que pareciera contradictorio que se les critique por pasar discutiendo y no ponerse de acuerdo y que, a la vez, se les critique por ser “todos iguales” y porque las distintas opciones partidarias (sobre todo las tradicionales socialdemocracia y socialcristianismo costarricense) se hayan acercado tanto desde la década de los noventa, que ofrecen básicamente lo mismo. ¿Se reprocha a los políticos por su antagonismo o por su sintonía? La simultaneidad de ambos reclamos podría sugerir que (en la percepción ciudadana) aquello por lo que discuten “sin fin” no son asuntos programáticos o ideológicos, de política pública o modelo de desarrollo, sino pequeñas disputas por intereses particulares, “de ellos, no del país”, lo que agrava la percepción de lejanía.

## B) Legitimación:

### a) Alineación estratégica:

El/la periodista se asocia a la audiencia (participante) y, en algunas ocasiones, a una figura (referente). En el primer caso, excluye de esta a los políticos utilizando pronombres en primera persona plural para dirigirse a los telespectadores y a él/ella, y en tercera persona para referirse a los políticos. Ocasionalmente, en menor medida, para dirigirse a la audiencia utiliza la segunda persona singular, dando la impresión de una conversación personal y no de distancia o empleando adverbios (“como”, “igual”) para solidarizarse con el público. Acentúa el uso de sustantivos comunes y colectivos (p.ej.

“costarricenses”, “ciudadanos”, “el pueblo”), en los que, al igual que con el pronombre “nosotros”, el/la periodista queda incluido con la audiencia.

La representación de esa audiencia (sin los políticos aunque comunicativamente sí formen parte de esta) es siempre positiva. La representación positiva no lo es, principalmente, por sus virtudes (aunque las tiene: p.ej. “cumplimos la ley”, “pagamos los impuestos”), sino, sobre todo, por su victimización: sea a través de verbos<sup>339</sup> (p.ej. “sufrimos”), de hipérboles (p.ej. “la gente histérica en las presas”<sup>340</sup>) o de la omisión de información (sobre datos positivos del país), la audiencia, con la que el/la periodista se solidariza, es impotente, solo puede ver (y frustrarse viendo) lo que *Ellos*, los políticos, le hacen. Hay aquí un uso intensivo de recursos de valoración mediante el subsistema “afecto” y de gradación por fuerza. La conexión empática se logra en la medida en que los codirectores de TN7 experimentan la misma “rabia” e “indignación” que su público. Una masa desapoderada que oscila entre la confianza traicionada y el “no les creemos”, entre el voto que no “valió la pena” y la renuencia a votar. Otras alternativas distintas a la abstención (usar el voto como premio y castigo de los políticos o participar activamente en política), son omitidas. Asombrosamente no hay, en ni uno solo de los editoriales analizados, algún llamado al público para que se informe y medite su voto, con el fin de hacer una mejor elección. Dos parecieran ser las razones: la primera, que Santos y Cisneros no hacen diferencia entre políticos (todos son igualmente malos) y la segunda se comentará más adelante, en el acápite C) de este apartado.

Ese pueblo víctima, para poder conformar un *Nosotros* con el/la periodista, requiere estar desconflictuado y homogenizado, ser inocente y no tener desacuerdos con los co-directores de TN7 que puedan distanciarlos. Con el fin de asegurarlo, son varios los recursos empleados: para exonerar de responsabilidad a la audiencia es frecuente la omisión de información<sup>341</sup> (de lo negativo que *hacemos*). Pero aun cuando esto no es posible, y las malas acciones del “costarricense de a pie” deben mencionarse, la responsabilidad final por esos vicios de algunos de *nosotros* (ubicados entonces como

---

<sup>339</sup> Los verbos caracterizan lo que *ellos* hacen, lo que *nosotros* hacemos, así como los objetivos de unos y otros. Los adverbios, al calificar al verbo o a los adjetivos, también cumplen una función relevante en esa caracterización de los participantes, ya sea de forma directa (calificando los adjetivos que los califican) o de forma indirecta (calificando sus acciones o los adjetivos que califican los resultados de sus acciones). En suma, son significados locales, de los que interesa ver la forma en que polarizan las representaciones.

<sup>340</sup> Atascos en el tráfico.

<sup>341</sup> La información omitida es relevante cuando claramente lo omitido forma parte de los modelos mentales activados o de un conocimiento general y compartido. Evidencia qué aspectos del macrocontexto son considerados relevantes y estratégicos para el hablante.

referentes, ya no como participantes) es de los políticos que “los [no *nos*] alcahuetean”. La necesidad (económica, sí, pero también simbólica) de complacer a la audiencia y el peso condicionante de ello sobre la labor periodística, obligan a evitar desacuerdos con los telespectadores (más en un canal de televisión cuyo eslogan es “Siempre con usted”). Asimismo, cuando los codirectores del telediario se representan cognitivamente (modelo de contexto) la implicación de una parte significativa de su audiencia en aquello que critican, omiten información al respecto, recurren a atenuadores como utilizar el “nos” o el “nosotros” inclusivo para contra-argumentar e incluso quejarse (moduladamente) de actitudes que censuran en su audiencia, como si las compartieran ellos, Santos y Cisneros, en lo personal. Ocurre entonces un sutil desdoble del *Nosotros* (apreciable en el uso de pronombres) y el/la periodista pasa a ejercer de líder y de conciencia moral.

Otro recurso para mantener la sintonía con la audiencia es desplazar el desacuerdo con esta para que lo sea (para que parezca que lo es) con los políticos (p. ej. sabiendo que la mayoría de los ciudadanos prefieren tener la ruta 27 habilitada con defectos a no tenerla del todo, se atribuye ese razonamiento en exclusiva a una autoridad de gobierno, para poder criticar esa valoración sin enfrentarse directamente a la audiencia). Finalmente, cuando Santos o Cisneros formulan “propuestas”, lo hacen con un elevado nivel de abstracción (manteniéndose dentro de lugares comunes). Así minimizan los riesgos de perder el apoyo de la mayoría de su muy diversa y plural audiencia, fácilmente coincidente en sus malestares pero difícilmente unánime en las soluciones a estos.

En cuanto a la alineación estratégica con figuras, referentes en el discurso, esta se da más por exaltación que por victimización. Principalmente mediante adjetivos<sup>342</sup> (p.ej. “honesto”, “capacitados”, “perseverante”), recursos de valoración de los subsistemas “juicio” o “apreciación”, las figuras son representadas muy positivamente y utilizadas para contrastarlas con los políticos. Para ello, el/la periodista omite cualquier información negativa respecto de las figuras, así como aquella que las distancie de sí o de TN7 o que las acerque a los políticos (p.ej. “los Hannas y los Nerys” no son Hanna Gabriel y Nery Brenes, que públicamente pidieron el voto para Chinchilla, y Merino, el “hombre bueno”, no era un político de izquierdas). Al respecto merece comentario aparte el papel de los funcionarios judiciales como figuras de este tipo. Aunque en la mayoría de la muestra los jerarcas del Poder Judicial son valorados (descritos y juzgados) igual que los políticos, al

---

<sup>342</sup> Al igual que los sustantivos y las sustantivaciones, mediante los adjetivos, en tanto significados locales, se califica, caracteriza y construyen representaciones polarizadas.

punto de que para este discurso parecieran ser “clase gobernante” en un sentido amplio del término, hay unos pocos editoriales en los que el Poder judicial (eso sí, no los magistrados) son valorados muy positivamente, contrastándolos con los políticos. En estos se habla de “los funcionarios del Poder Judicial” o de los “jueces de la República”, no de los magistrados o, como mucho, de la “Sala Constitucional” o de la “Sala Tercera”, pero, nuevamente, no de los magistrados que las componen<sup>343</sup>.

En suma, unido a “todos nosotros” o a las figuras virtuosas contrastadas con los políticos, el/la periodista se legitima.

b) Invocación de la opinión pública:

Cisneros y Santos invocan la opinión pública mediante sustantivos (p.ej. “encuestas”, “sondeos”), microargumentos<sup>344</sup> y significados implícitos, que presuponen que dichas alusiones (siempre imprecisas) expresan el sentir de los costarricenses. Así, cualquier referencia (porque datos específicos no hay) a los resultados de un estudio demoscópico, lo es en abono a un argumento. La información estadística no solo aparece desligada de cualquier dato del mismo estudio demoscópico (que pueda matizarla o darle contexto), sino que, además, se presenta interpretada (por el/la periodista), como si esa lectura particular fuera parte del propio dato aludido. Gracias al uso de intensificadores (adverbios como “claramente”, “definitivamente”), se subraya (en realidad, construye) la univocidad de esa opinión pública, siempre coincidente con la opinión del/de la periodista. Éste se presenta como la encarnación de la opinión pública, por lo que la mención de esta lo legitima y refuerza su argumento. La importancia de la invocación de la opinión pública para el “caudillo periodístico” (Ortega, 2011) se confirma. Esto es muy relevante, también, a la luz de los mecanismos de contracción dialógica del sistema “compromiso” en la Teoría de la Valoración. La proclamación mediante coincidencia, invocando la opinión pública, le permite al/a la periodista presentar su postura como compartida por la gran mayoría de las personas, algo clave cuando se tiene el objetivo de naturalizar opiniones. Una ciudadanía desalineada de los partidos políticos, de los sindicatos y, en general, con un débil tejido asociativo, y en la que las apelaciones al pueblo (a diferencia de lo que ocurre en países con vigorosos movimientos populistas) no

---

<sup>343</sup> Por cierto que el *editorial n.º 14* sobre la resolución del rastreo de llamadas contra un periodista de Diario Extra es excepcional, en la medida en que es el único de toda la muestra en el que el compromiso heteroglósico tiene una función de expansión dialógica: Ignacio Santos reconoce que los grandes avances en materia de libertad de expresión en Costa Rica han salido de la Sala Constitucional y de la Tercera.

<sup>344</sup> Ejemplificaciones textuales de los macroargumentos.

despiertan entusiasmo, queda reducida al constructo “opinión pública”. No es casualidad que no haya un solo editorial que mencione la sustantivación “voluntad popular”.

c) Apelación a conocimiento técnico:

Los co-directores de TN7 hacen referencia o citan el criterio de expertos o los hallazgos de estudios, siempre y cuando sean coincidentes con los microargumentos contenidos en el editorial (en otros editoriales del universo, no de la muestra, incluso insertan dentro del editorial entrevistas “en directo” a expertos invitados). De forma similar a la de los datos demoscópicos, presentan las conclusiones de los estudios de forma aislada (con el respaldo de cintillos), sin contexto e interpretados (a veces en forma de macroproposiciones dogmáticas<sup>345</sup>), como si de los mismos no cupiera otra lectura. Según Vallespín (2012), la figura del experto, su presencia en los medios, se ha vuelto central, pues simplifica al máximo la complejidad de los problemas a efectos de adaptar su abordaje a los reducidos tiempos (o espacio) de los medios, especialmente de la televisión. Es una relación simbiótica porque el acceso a los medios legitima a los expertos como tales y su opinión legitima la del/de la periodista, que en los editoriales la utiliza (junto a los estudios o investigaciones) para criticar o para contradecir a los políticos.

d) Reivindicación del rol de la prensa:

El/la periodista, explícita o tácitamente, representa (construye discursivamente) el papel de la prensa. Un rol con dos ejes fundamentales: en contra de los políticos y a favor de la ciudadanía. Mediante la enunciación de, o alusión a, valores (p.ej. veracidad: “las imágenes no mienten”; valentía: “a mí no me da miedo decirlo”); y el uso de verbos (p.ej. “denunciamos”, “investigamos”, “preguntamos”, “alertamos”), describe el *qué hacemos* “nosotros los periodistas” e implica los objetivos de la profesión, también en forma de valor: la verdad, la transparencia, el combate de la corrupción y el cumplimiento de la ley. Lo que hacen y los objetivos que persiguen los legitima. Las descripciones representan, en suma, a una prensa cercana a la gente, comprometida con los problemas de su teleaudiencia, que desvela lo que *Ellos*, lejanos de la gente, ocultan. Considerado lo anterior, es muy comprensible que los editoriales no abunden en adjetivos elogiosos que

---

<sup>345</sup> Las macroproposiciones, además de cumplir una función en la preformulación de opiniones, expresan dogmas ideológicos que después se aplican o especifican. Así se establece la relación entre representaciones sociales y modelos mentales: el conocimiento y actitudes -que controlan el discurso- se expresan de forma general y directa, o de forma aplicada.

califiquen a los periodistas y a su medio (aunque los hay, los hay que elogian al medio, a periodistas del medio, a Iary Gómez, directora y dueña de un medio rival y a la prensa en general). Los hay pero son pocos. Y ello es comprensible pues sería poco sutil auto-representarse positivamente mediante adjetivos. Para ello están, como ya se dijo, otros mecanismos como la construcción de conexión empática, pero, sobre todo, el que aquí se comenta: la detallada descripción del *qué hacemos* del grupo profesional. Por último, cabe anotar que el/la periodista rara vez parecieran hablar a título estrictamente personal. Casi siempre lo hacen a nombre del medio (como es de esperar tratándose de un editorial y según se aprecia en el uso de la primera persona plural). De igual manera, rara vez hablan en nombre de toda la prensa nacional o del periodismo como tal (aunque hay editoriales en los que es evidente la encarnación local del grupo social “periodistas”). Aunque la expectativa en esta investigación era otra, esto no es sorprendente: según Van Dijk (1999) los roles, la afiliación y la pertenencia de grupo no siempre se explicitan en el discurso. Son “posiciones” hacia las que puede orientarse o de las que puede desviarse el hablante, pudiendo incluso ignorarlas o tornarlas más o menos relevantes en cada situación específica. En estos textos esa pertenencia es fundamental, pero no es necesario explicitarla.

### C) Asunción -simbólica- de rol gubernamental:

#### a) Catastrofismo:

El/la periodista define la situación como crítica, tanto para atribuir la responsabilidad a los políticos (mediante el uso de la voz activa), como para exigir la solución con fuerza imperativa. Para representar así la realidad, omite información (la que indica que la situación no es límite) y echa mano de recursos de gradación por fuerza, de hipérboles (p.ej. “las calles son una jungla”) y de metáforas (p. ej. “calvario”, “corra sangre”). Para este fin, nuevamente, hace un uso intensivo de recursos de valoración mediante el subsistema “afecto”. La conexión empática se logra en la medida en que Santos o Cisneros experimentan, por ejemplo, la misma “vergüenza” que su público (una vergüenza nacionalista, pues lo que pesa es el rezago del país, respecto de otros países, por culpa de *Ellos*). Aquí las macroproposiciones tienen que ver con la definición de la situación como caótica, con particular énfasis en el deterioro de los servicios del Estado. Sin embargo no hay, ni explícita ni implícitamente (en ninguno de los editoriales), una



sola crítica al proceso de apertura comercial y privatizaciones que ha marcado la agenda política costarricense en los últimos 30 años (precisamente los calificados en los editoriales como los del deterioro). Esto confirma la expectativa teórica de que la descalificación que los periodistas hacen de los políticos suele cuidarse de no poner en riesgo al sistema (Van Dijk diría “la ideología hegemónica”) que comparten con la clase gobernante y de la que son beneficiarias las empresas de medios (Van Dijk, 1999; Santos, 2003; Mazzoleni, 2010).

#### b) Dilación:

El/la periodista representa a los políticos (y a la actividad política misma) como los responsables de que Costa Rica pierda su futuro, entendido este, si no como un destino, al menos como una posibilidad real que no se alcanza por culpa de *Ellos* (sin cuyo obstáculo “viviríamos como los suizos”). La utilización de lenguaje temporal (reforzado con el uso de intensificadores<sup>346</sup> para resaltar el tiempo transcurrido), los verbos escogidos (p.ej. “perdemos”), los sustantivos (p.ej. “estancamiento”) e incluso el pronombre indefinido “nada” (para calificar lo alcanzado por los políticos tras mucho tiempo de “discusiones”), sustentan un macroargumento recurrente: no somos lo que fuimos ni seremos lo que pudimos ser, por culpa de *Ellos*. Porque junto al futuro, los editoriales también insisten en la pérdida de un pasado idealizado. Estas nociones de pasado, futuro, movimiento y, en general, de temporalidad y progreso, quedan condensadas en la prosopopeya “Costa Rica va al paso de la tortuga”. Nuevamente aquí la información omitida es importante: de ese pasado (de finales del siglo XIX a los años setenta del siglo XX) se omiten sus sombras, se omiten los nombres de los políticos de ese pasado que, como referentes, son utilizados para contrastarlos con los actuales y del “futuro que no se alcanza” se omiten los múltiples factores (más complejos que una buena gestión política) que impiden alcanzarlo. Esta simplificación, ya antes aludida, de “lo que habría que hacer”, intensifica la reprochabilidad del comportamiento político que no resuelve, solo discute y pospone; sentido condensado en la metáfora “pasarse la bola”.

#### c) Participación:

Los codirectores de TN7 representan a su medio como el espacio para la “participación” ciudadana. Las invitaciones (por cintillos u orales) para que la audiencia

---

<sup>346</sup> En estos casos cumplen su función más típica en el análisis del discurso ideológico: resaltar lo negativo de ellos y lo positivo de nosotros.

opine y proponga, utiliza los *blogs* y redes sociales vinculados al sitio web de la televisora como espacio donde “queremos escuchar su opinión”. Con ello, el/la periodista **1-** se diferencia de la clase política que “no escucha”, **2-** no asume posiciones definidas que lo puedan distanciar de su amplia audiencia y **3-** reduce el ejercicio de la ciudadanía a la manifestación de la opinión (única opción para la población -junto, quizá, a la implícitamente sugerida protesta callejera-, a la que en ningún editorial se le motiva a votar críticamente o a constituir otras alternativas político-partidarias, algo relativamente sencillo en Costa Rica). Como se había comentado anteriormente, es muy llamativo que en ningún editorial analizado haya llamados al público para que medite su voto o lo utilice como premio y castigo de la gestión política. La razón (la segunda, porque antes se apuntó otra) pareciera ser la opinión de que *Ellos* ya no son los indicados para gestionar lo que *nosotros*, TN7, estamos asumiendo: crear el espacio para la participación ciudadana y su representación (aquí sí, sociológica), con vistas a encontrar soluciones. Algo por lo demás muy adecuado a la actual “era” de la “contrademocracia”, en la que Pueblo-juez, opinante y vigilante, desplaza al Pueblo-electoral (Rosanvallon, 2007).

d) Caudillaje:

Santos y Cisneros se representan a sí mismos como líder y voz de la ciudadanía ante los políticos. Les dicen a los políticos lo que deben hacer, demandando que sus “soluciones” se adopten sin importar lo abstractas o indeterminadas (nivel de descripción elevado) que sean. Sus “propuestas”, hechas demandas, son siempre presentadas como “políticamente neutras”, por encima de las mezquinas diferencias partidarias, pragmáticas, desideologizadas, en aras de un bien general claramente discernible y respaldadas por la opinión pública y el criterio experto. El/la periodista se autopresenta a sí mismo, entonces, como alguien que sabe lo que la gente quiere y piensa (por eso la representa, es su voz). En cuanto a los detalles de la lengua, encontramos verbos (p.ej. “exigimos”), adverbios que funcionan como intensificadores (p.ej. “definitivamente”; “ya llegó la hora”), figuras retóricas (p.ej. “peroración”) y exhortaciones a la audiencia (p.ej. “no podemos resignarnos con una migaja”, “debemos empezar a exigir”). Los valores invocados o aludidos dependen del tema del editorial (p.ej. “cumplimiento de la ley”, “justicia”, “igualdad”), pero son siempre invocados para dar fuerza normativa a la especificación que de estos hagan los periodistas.



## 2. LA “LEY MORDAZA” EN VERSIÓN DEL DIARIO EXTRA

Según Van Dijk, la reproducción ideológica y la manipulación pueden realizarse de distintas formas. Están los mecanismos de manipulación de la memoria de corto plazo y de la memoria de largo plazo. También pueden expresarse las macroproposiciones ideológicas de forma directa, repitiéndolas, reforzándolas y mostrándolas como aceptadas por la mayoría. Sobre esas tres vías y sobre el objetivo con el que se desarrollan dichas estrategias, versan los siguientes cuatro acápites, síntesis de los principales hallazgos del análisis de las noticias sobre la “Ley Mordaza”.

### A) Manipulación sobre la memoria de corto plazo:

La manipulación del proceso de comprensión del discurso mediante mecanismos que actúan sobre la memoria de corto plazo está presente en todas las piezas analizadas. Como se detalló en el capítulo III, se trata de un procesamiento (de distintas estructuras

discursivas, verbales y no verbales) que hace conjeturas rápidas y eficientes, “atajos” cognitivos para evitar hacer análisis completos. La manipulación consiste en controlar algunos de estos procesos que están parcialmente automatizados. Por ejemplo los titulares de las noticias, en posición destacada y en letras más grandes, atraen más la atención y facilitan la representación cognitiva y el recuerdo, lo que, en sí mismo, no implica manipulación, salvo que, por ejemplo, lo destacado en el titular, que convencionalmente debería estar determinado por un elemento de la macroestructura semántica, el tema principal (que da coherencia global al texto y controla su coherencia local), no guarde esa relación con la información contenida en la nota. Si esa distorsión intencionada “juega en favor” de los intereses del hablante/escritor (lo cual no es una condición textual ni cognitiva sino social, normativa y contextual), se está frente a una manipulación. Para apreciarlo, se aplicó un análisis superestructural que permitiera clasificar las partes del discurso de la noticia con respecto a sus funciones en el texto, lo que, a su vez, facilitara valorar el artículo según la pertinencia de estas partes con respecto al tema o a la cuestión central.

Los mecanismos utilizados de forma más frecuente fueron: ocultar en el titular el acontecimiento principal sobre el que trata la noticia y sustituirlo por algo secundario, coincidente con la campaña del medio contra la Ley de Delitos Informáticos. Hacer de acontecimientos ordinarios (p. ej. la dedicación de un funcionario para atender lo relativo a los derechos de rectificación y respuesta, en *n.º 5 Ley Mordaza*) algo extraordinario, novedoso, noticiable y, encima, cargado de una connotación negativa, reñida con los valores democráticos y amenazante. Convertir en *lead* una frase tangencial del entrevistado, favorable a una macroproposición ideológica repetida en la campaña del medio contra la Ley de Delitos Informáticos. Disfrazar las fuentes para revestirlas de una legitimidad superior (p. ej. hacer pasar a estudiantes universitarios de grado como si fuera la propia Universidad de Costa Rica la que concluyera lo que el medio destaca, en *n.º 7 Ley Mordaza*). Y, finalmente, la omisión de información como estrategia fundamental en distintas notas (p. ej. ocultar la adscripción del abogado del periódico en *n.º 6 Ley Mordaza*).

## B) Manipulación sobre la memoria de largo plazo:

Al igual que en el acápite anterior, se obtiene como resultado de los análisis realizados que la manipulación del proceso de comprensión del discurso mediante mecanismos que actúan sobre la memoria de largo plazo está presente en toda la muestra. Y de la misma forma, conviene recuperar las nociones básicas que al respecto se desarrollaron en el capítulo III. Cuando los objetivos de la manipulación no se agotan en la inmediatez del evento comunicativo, sino que buscan resultados más estables, inciden sobre la memoria de largo plazo, que contiene nuestros conocimientos, actitudes e ideologías. Estos, junto a los recuerdos personales y las experiencias cotidianas (incluidos los eventos comunicativos) se almacenan en la memoria episódica, como modelos con su propia estructura. Así, comprender una noticia implica construir un modelo sobre ese acontecimiento, en un proceso de comprensión que va más allá de asociar significados con palabras, y que constituye la base de los futuros recuerdos y los nuevos aprendizajes, como la adquisición de conocimientos, actitudes e ideologías basados en la experiencia. En consecuencia, si el manipulador quiere que el receptor entienda lo informado tal como él desea, es fundamental que este forme el modelo mental que el manipulador planea, para así restringir su libertad de interpretación y disminuir la probabilidad de que entienda el discurso en un sentido contrario al interés de su autor.

Lo anterior se consigue mediante distintas estrategias discursivas dirigidas a la formación o activación de “modelos preferentes”. La mayoría de las veces, consiste en enfatizar discursivamente aquellas propiedades del modelo que son consistentes con los intereses propios y desenfatar u ocultar las inconsistentes. Tal cual ocurre en las noticias analizadas: primero, suprimen la información que distorsione el modelo preferido (ya sea mediante omisiones discursivas o mediante recursos de contracción dialógica). Luego, construyen una representación polarizada de los políticos y de los periodistas. Para ello emplean diversos recursos de valoración del subsistema “actitud”. En algunos casos “afecto” (transmitir emociones de desconfianza y temor hacia unos políticos retratados como mendaces y represivos) pero sobre todo “juicio”, juicios provocados para ser más precisos (representan a los políticos como autoritarios, violentos, opacos, corruptos, mentirosos, desprestigiados, despilfarradores del dinero público, preocupados preferentemente por su imagen y cobardes).

El periodismo y los medios, por el contrario, y en correspondencia casi simétrica con los políticos, son representados de forma positiva. Nuevamente es sobre todo

mediante recursos lingüísticos de valoración del subsistema “actitud”, con juicios explícitos y provocados, que se describe a una prensa independiente, veraz y fiable, valiosa para la salud democrática (si no fuera por ella todo sería opacidad y corrupción), honesta y valiente. Dicha correspondencia entre las representaciones de los políticos y de los periodistas, no es sorpresiva. Los periodistas desarrollan ideologías profesionales con relación a otras élites y otros grupos de poder (enfaticando la libertad de prensa y oponiéndose a la censura, que es, supuestamente, el tema de fondo en la campaña de Diario Extra contra la “Ley Mordaza”), al tiempo que se ven a sí mismos como guardianes de la sociedad al servicio del público (esa es, precisamente, una de las dimensiones del modelo de contexto más relevantes: las funciones, el “qué hacemos” o “cuál es nuestro aporte”). Es decir, que, al igual que muchas otras ideologías de grupos, la periodística, al menos según se expresa en estos textos, incluye la representación polarizada de “Sí mismos” y de “los Otros”, de “Nosotros” los buenos y de “Ellos” los malos, y ese lugar de “ellos”, al menos en esos discursos, es ocupado por los políticos.

Lo anterior supone, desde luego, la generalización de los políticos en la llamada “clase política”; su homogenización. Otro tanto de lo mismo ocurre con los periodistas, lo que hace necesaria, como se adelantaba al inicio de este acápite, la invisibilización de los políticos críticos de la Ley cuestionada y que respaldan sin ambigüedad a los periodistas, y la omisión de cualquier dato que evidencie los conflictos entre medios (como el ocurrido entre Diario Extra y su competencia, durante los escándalos de los expresidentes y que colocó a este periódico del lado de los políticos procesados penalmente). Aunado a ello, dan un paso más (que se desarrollará en el acápite D de este apartado): incluyen a sus lectores o, mejor dicho, al “pueblo”, en esa polaridad políticos/periodistas, como aliados de estos últimos, a veces defendidos por ellos y en otras ocasiones mostrando el apoyo popular a los medios y a la prensa. El “pueblo” retratado, por consiguiente, también es homogéneo, se beneficia del trabajo valeroso de los periodistas y responde a ese tesón profesional con su respaldo a los medios. De modo que al actuar así, los lectores actúan en defensa de sus propios intereses, que (supuestamente) son los mismos que los de los medios. Los intereses del manipulador se ocultan y se subrayan los del manipulado.

Por otro lado, en la construcción de esa representación polarizada, además del uso de los recursos valorativos de “afecto” y “juicio”, opera, de forma transversal a éstos, el subsistema de “gradación”, para intensificar y agudizar los significados empleados. Los

recursos de gradación (sobre todo mediante el subsistema “fuerza”) contribuyen a esas representaciones polarizadas, intensificando tanto los aspectos negativos de “los otros”, como los positivos de “nosotros”. En otros casos, también para intensificar valoraciones, utilizan un *crescendo* narrativo temporal (el tiempo, claramente, es desarrollado como elemento contextual, con la idea de “retraso”, que está muy presente). Algo similar puede decirse del empleo de la repetición como elemento gradativo. Pero no solo se repiten palabras e ideas a lo interno de cada pieza. Las distintas “noticias”, entre ellas, una y otra vez, repiten las mismas palabras, las mismas creencias, las mismas representaciones polarizadas y las mismas macroproposiciones ideológicas. En los procesos de reproducción ideológica, un factor vinculado con el alcance o penetración es la “consecuencia mediática” del discurso. La mayor difusión contribuye significativamente a la reproducción ideológica. Así, los medios proveen los prototipos y esquemas generales sobre la base de los cuales las personas perciben y clasifican a los miembros de las distintas colectividades sociales.

Finalmente, hay otros recursos y estrategias discursivas cuyo uso ha sido recurrente en las notas analizadas. Por ejemplo, los movimientos de contextualización y descontextualización. Se descontextualiza, por ejemplo, la Ley de Delitos Informáticos costarricense para equipararla con la de medios ecuatoriana o se descontextualiza (respecto de la práctica de gobiernos anteriores) la contratación de un abogado en Casa Presidencial encargado de presentar derechos de rectificación y respuesta, para mostrarlo como algo inusitado (*n.º 10 Ley Mordaza* y *n.º 5 Ley Mordaza*). El envés de esa estrategia es la de poner en el contexto<sup>347</sup> del acontecimiento del que se informa temas o hechos que en principio no tienen que ver con este, pero que al vincularlos se les da un sentido negativo (como la referida contratación cuando se la relaciona con la “Ley Mordaza”). Igualmente frecuente fue el ardid de presentar en forma de noticia lo que, en realidad, era un artículo de opinión. Esto es muy importante porque facilita, promueve, que el lector incluya en el modelo de acontecimiento que construye sobre la Ley en cuestión (y no en el modelo de contexto), la opinión/hipótesis del periodista sobre cuáles son las (verdaderas) motivaciones detrás de su aprobación. Se trata de una estrategia claramente dirigida a influir en la construcción y aceptación de modelos preferidos.

---

<sup>347</sup> “Contexto” en el sentido periodístico y de parte estructural de la noticia, no en el sentido de la teoría del contexto de Van Dijk.

### C) Macroproposiciones ideológicas y contracción dialógica:

Existe otra forma de manipulación de la memoria de largo plazo que no se centra en la creación de modelos mentales preferidos específicos, sino en conocimientos abstractos más generales, como actitudes e ideologías, es decir, en representaciones sociales compartidas, influyendo en grupos completos y en relación a muchas situaciones. Estrategias óptimas para ello, ya comentadas, son la generalización, la polarización “Nosotros” / “Ellos”, y la repetición. Pero además (y es lo que se desarrollará en este acápite) la reproducción de esas representaciones sociales compartidas generales, de esas actitudes, opera mediante su explicitación y desarrollo argumentativo. ¿Cómo podría esto expresarse en textos noticiosos? Con el fin de apreciarlo, conviene recordar que la Teoría de la Valoración (TV) atribuye especial relevancia a la comprensión de los medios lingüísticos mediante los que una voz autoral expresa sus valoraciones y se construye como más o menos abierta a posibles puntos de vista alternativos o divergentes, como más o menos dispuesta a entrar en negociación con posiciones alternativas.

Aplicado el instrumental analítico de la TV a la muestra, resultan, como primeros datos, dos paradojas: la primera es que, parafraseando a Ortega (2006), estas son “noticias sin información”, esto es, sin acontecimiento, más bien notas con entrevistas o sin ellas (sin el par clásico del género: pregunta - respuesta) pero con declaraciones de una fuente solamente. Son en realidad reacciones a la Ley de Delitos Informáticos solicitadas por el periódico y ofrecidas, según el caso, con mayor o menor libertad para declinar o manifestar una posición distinta a la esperada por el medio, por parte del entrevistado (diversas autoridades y actores sociales). La segunda paradoja es que, a través de estas, el medio recurre a la multivocalización, pero no para ampliar el debate e incorporar perspectivas diversas sobre el tema, sino para encubrir una excesiva contracción dialógica. Es así como, puestos en diálogo los textos con la TV, aparecen tres niveles superpuestos del subsistema “compromiso”: Textos multivocalizados que, por eso, son heteroglósicos. Mismos textos en los que la contracción dialógica es tan fuerte, que parecen monoglósicos. Y mismos textos que, a pesar de ese hermetismo monoglósico, o, más bien, precisamente por él, traslucen la intensidad de la polémica heteroglósica a la que se anticipan y a la que responden.

Dicho lo anterior, se comprende por qué en casi todas las “noticias” las macroproposiciones ideológicas que el medio quiere reproducir son explicitadas, puestas no solamente “en boca” del periodista (que también), sino de la fuente consultada. Se



comprende, también, por qué los textos ocultan la razón de ser, el justificante, de entrevistar a alguien o publicar su opinión en formato de noticia, ocultando, en muchos casos, las preguntas (lo que no permite apreciar qué tan inducidas fueron las respuestas y que de paso da a estas una apariencia de espontaneidad). Se comprende, asimismo, que en varios casos se revista de mayor legitimidad o representatividad a aquellos voceros usados para multivocalizar el texto en el que se reproduce la postura del periódico (un caso extremo es el ya referido con ocasión de la manipulación de la memoria de corto plazo, de hacer pasar las conclusiones de una asignación de un curso realizado por estudiantes de grado, como si fueran las del instituto de investigaciones sociales de la propia universidad). Además se comprende por qué el medio invisibiliza sus conflictos (de interés o de otra índole) con la fuente empleada en el proceso de contracción dialógica. Un buen ejemplo es el de los motociclistas y taxistas, primero publicitados como expresión de ese pueblo que mantiene con el periódico una comunidad de intereses armónicos entre sí y antagónicos a las aviesas intenciones de los políticos (*n.º 3 Ley Mordaza*), y luego, la satisfacción de sus demandas, deplorada por el periódico por habérseles dado prioridad en la agenda legislativa por encima de la reforma a la “Ley Mordaza” (*n.º 8 Ley Mordaza y n.º 9 Ley Mordaza*).

Esas fuentes, con las que el periódico ya suprimió diferencias, revestidas de la mayor legitimidad, consultadas sin explicar por qué a ellas en particular e interrogadas sin publicar las preguntas, están listas para reproducir, “por sí mismas”, el discurso del periódico. Así, la contracción dialógica opera, principalmente, mediante recursos de proclamación por coincidencia (líderes sindicales, abogados, autoridades públicas, lectores en Facebook, etc., además de otros cientos de personas cuyas opiniones breves se citan en los adjuntos... ¡todos coinciden con Diario Extra!). Qué tanto pesa en el ánimo de los entrevistados saber que se les está consultando en el marco de una campaña (supuestamente) contra una agresión a la libertad de prensa, que viola los derechos humanos y que pretende “regresarnos a la época de las dictaduras”, es algo que esta investigación no mide pero que es presumible. Un efecto que, desde luego, también se traslada a los lectores del periódico. Según la TV, esta alta inversión personal del emisor, en este caso del periódico que (ya sea mediante sus redactores o sus entrevistados) subraya lo absoluto, lo “maniqueo”, del debate en cuestión, incrementa en el receptor el “riesgo” interpersonal de sostener una postura opuesta.

Lo llamativo es que esa alta inversión personal del emisor con su postura no se corresponde con una robusta argumentación que la sustente: la argumentación, en teoría, tiene una primera fase de opinión, afirmación o valoración, y una segunda fase de justificación o de demostración. En la mayoría de las noticias analizadas falta esa segunda parte, la demostración. A veces se la sustituye con recursos de gradación, ya sea de fuerza o de foco, como si decir que algo es “muy grave” en lugar de “grave” supliera la falta de argumentación que explique porqué, exactamente, aquello es grave. Por ejemplo, en la nota que presenta como versiones de una misma “Ley Mordaza” (acordada por los políticos latinoamericanos), las legislaciones ecuatoriana y hondureña sobre medios, y la costarricense sobre delitos informáticos. Los recursos de valoración mediante gradación por fuerza son empleados para presentar como sólida la hipótesis central del texto: “Muchas características de esas leyes son similares a la Ley de Delitos Informáticos” (*n.º 10 Ley Mordaza*). El “muchas” pretende ocultar o suplir la ausencia de argumentación o fundamentación de dicho aserto.

Sin perjuicio de lo anterior, que es dominante en la muestra analizada, hay unos pocos casos en los que el entrevistado toma alguna (mucho o poca) distancia con el discurso del medio. Ciertamente todos reprueban, como mínimo, la ambigüedad de la Ley de Delitos Informáticos, pero los hay que explican la justificación del Gobierno de por qué se vio constitucionalmente compelido a ponerla en vigencia e incluso (como el Fiscal General) que advierten que existen periodistas aliados al narcotráfico utilizados para destruir carreras profesionales de funcionarios probos. ¿Cómo lidia el periódico con esas voces a la hora de construir la noticia? De distintas maneras. Una estrategia enmarcadora es utilizar, después, oradores “autorizados” o “legítimos”, con el fin de que “corrijan” las declaraciones que se quieren deslegitimar (de modo que estas no sean las únicas, principales ni últimas fuentes sobre los acontecimientos). Es el rol que cumple la nota (presentada como técnica e imparcial) del abogado del medio, cuya relación con la empresa periodística se oculta. Otro movimiento estratégico consiste en citar actores con tesis contrarias a las del periódico (y así dar la impresión de que se abren a sus argumentos), pero solo para contradecirlos. Es el caso de la nota (*n.º 4 Ley Mordaza*) titulada con declaraciones de la Presidenta Chinchilla, “Nunca haré nada por limitar a los medios”. Una forma encubierta, más sutil, es la refutación mediante negación (mecanismo de contracción dialógica), pero no expresada en forma de afirmación sino en forma de pregunta, tal cual ocurre en la entrevista al Ministro de Comunicación (*n.º 5 Ley*

*Mordaza*). No es casual que, excepcionalmente, en esa nota sí se incluyan las preguntas que guían la entrevista. Misma pieza que permite apuntar una última estrategia, de deslegitimación, en la forma de citar: citar fuera de contexto<sup>348</sup>, focalizar los aspectos negativos del discurso, enfatizar la violación de valores comunes o enmarcar el discurso de un modo específico (como la descripción negativa del hablante). Luego puede dejarse que los lectores saquen “sus propias” conclusiones sobre la confiabilidad del vocero deslegitimado. ¿Cómo se refiere el discurso del Ministro de Comunicación? “lo rechazó”, “negó”, “no quiso indicar”, “tampoco quiso profundizar”.

#### D) Propósito de esas estrategias:

Consideradas las múltiples estrategias empleadas por el periódico, cabe la pregunta de cuáles son sus objetivos, cuál es la finalidad con la que desarrollaron esa extensa e intensa campaña en sus páginas (tradicionalmente consumidas en atención a su amarillismo gráfico y contenido sexual, no a sus noticias sobre política). La intención expresa del medio fue protegerse de la amenaza que les significaba la Ley. Una motivación difícilmente comprensible si se toma en cuenta que: **1-** Su contenido más amenazante, por ambiguo, el que sancionaba con cárcel la difusión de “secretos políticos”, tenía más de medio siglo de vigencia sin que se hubiera interpretado, ni una sola vez, en el sentido temido. **2-** En Costa Rica, distintos medios, en distintos momentos, se han enfrentado al poder político (al punto de dar a conocer informaciones que acabaron con la prisión de dos expresidentes del partido en esa época hegemónico) sin que hayan sufrido repercusión alguna, ni judicial ni extrajudicial, por hacerlo. **3-** Había una oposición partidaria mayoritaria en el Congreso (en donde el Gobierno no tiene, ni siquiera, mayoría simple) que reconocía la necesidad de enmendar la Ley. **4-** El propio Gobierno reconoció lo inadecuado de que aquella disposición de mediados del siglo XX se hubiera conservado en la nueva Ley y prometió su enmienda. **5-** La Defensoría de los Habitantes (institución análoga al español Defensor del Pueblo) impugnó la constitucionalidad de la norma y la Sala Constitucional, al acoger dicha gestión, suspendió su vigencia, tornándola inaplicable mientras estudiaba su conformidad con la Constitución.

---

<sup>348</sup> “Contexto” en el sentido periodístico y no en el sentido de la teoría del contexto de Van Dijk.

¿Por qué, entonces, una campaña de esas características, en la que, además, el factor tiempo, el sentido de retraso gubernamental frente a una supuesta urgencia social de atención, es tan dominante? Que el propósito sea legitimarse como medio de prensa deslegitimando a los políticos es, como poco, más plausible que lo explicitado por el periódico sobre sus intenciones. Es el propósito no explicitado, oculto, que sugiere lo apreciado en las piezas analizadas: siguiendo el cuadrado ideológico de Van Dijk, enfatizan lo bueno propio y atenúan (la mayoría de las veces ni siquiera mencionan) lo malo propio, al tiempo que enfatizan lo malo de los políticos e invisibilizan lo bueno. Los énfasis más desarrollados, además, son en lo que los periodistas hacen, su contribución a la sociedad, y en lo que los políticos pretenden, sus reales intenciones alejadas de sus palabras. Los vicios de unos se corresponden con las virtudes de los otros (p. ej. políticos cobardes y mendaces frente a periodistas valientes y veraces). El resultado es una representación polarizada que eclipsa una realidad más compleja, de muchos matices. Pareciera que, aunque haya tantos políticos críticos de la Ley, aunque el Estado (Defensoría de los Habitantes y Sala Constitucional) hayan actuado decisivamente en protección de la libertad de prensa, aunque no todos los medios respaldaran a Diario Extra en su campaña, y aunque, en general, además de las relaciones de conflicto, sean muchas las de cooperación entre políticos y periodistas, ellos construyen un mundo en el que no hay alianzas entre políticos y periodistas, en el que están enfrentados en dos bloques homogéneos a lo interno y esencialmente distintos entre sí, en Costa Rica, en toda América Latina y en EEUU.

El análisis, sin embargo, quedaría incompleto si se quedara ahí. Hay algo más en esos textos. Hay algo más sutil e interesante (para los interrogantes que animan esta investigación) que permite evidenciar la TV de Martin y White y el ACD de Van Dijk. Es la intención del periódico de conseguir la solidaridad de sus lectores. Son sus estrategias para “naturalizar” sus posiciones y hacerlas pasar como de sentido común. Es la finalidad oculta de lograr que la ciudadanía valore a los políticos como el periódico los valora, para que así valoren a los periodistas como Diario Extra quiere ser valorado. Ese es el tema de fondo de la campaña de Diario Extra contra la “Ley Mordaza”. Así se aprecia si se considera la macroestructura semántica, que son explicaciones teóricas de significados globales, temas o asuntos del texto. Proporcionan su coherencia global y no hace falta que las expresen las frases del texto (aunque en las piezas analizadas aparecen afirmaciones explícitas en ese sentido) pero durante la interpretación se infieren de las

respectivas proposiciones expresadas por las frases del texto. Es una definición formal de lo que es importante para el texto como un todo y por consiguiente para las intenciones comunicativas del periodista o del periódico.

De modo que los objetivos del periódico van más allá, trascienden la reproducción de una representación polarizada periodistas/políticos. Apuntan a la construcción de una alianza entre la prensa y la ciudadanía. Una alianza cimentada en la convergencia de intereses, valores y perspectivas. Diario Extra, cuyo slogan es “El periódico del pueblo”, quiere ser la voz del pueblo. Al respecto, la TV permite comprender el modo en que los medios construyen “contacto valorativo” o ideológico con sus públicos. De ahí la importancia de analizar el modo en que las posiciones valorativas transmitidas por un producto periodístico se construyen como más o menos compatibles, convergentes o en simpatía, con las posiciones que anticipan en sus audiencias. A continuación, algunos ejemplos de cómo lo hacen, varios de los cuales ya fueron reseñados a propósito de los mecanismos de manipulación sobre la memoria de largo plazo (incluidos los de contracción dialógica que caracterizan el argumentario de las piezas), pues es precisamente a través de estos que se consigue el objetivo ulterior (naturalizar y solidarizar) de la campaña.

El primero tiene que ver con la inclusión de la ciudadanía en esa representación polarizada periodistas/políticos. En esa polaridad que, en principio, pareciera solo incumbir a los dos grupos profesionales, se incluye luego a la ciudadanía (beneficiaria principal del trabajo valiente y arriesgado de los periodistas), de modo que la prensa y la ciudadanía forman un solo bloque, el pueblo bueno y homogéneo, a lo interno del cual no hay conflictos ni intereses contrapuestos. Enfrente, la clase política (también homogénea) opresora del pueblo (periodistas incluidos) y sus libertades. En relación con ese relato de opresión, adquiere especial relevancia (como segundo ejemplo) los mecanismos de valoración mediante el subsistema “afecto”: varias de las piezas analizadas transmiten emociones de desconfianza y temor hacia los políticos. Generar miedo para lograr “conexión empática”. Para ese fin, en la pacífica y desmilitarizada Costa Rica (y este es el tercer ejemplo), es óptimo el lenguaje bélico (p. ej. “golpe de tambor”, “pone el ojo”, “luchan a capa y espada”).

El cuarto ejemplo de mecanismos para crear conexión empática y solidaridad valorativa con los lectores es el empleado cuando se quiere naturalizar una opinión pero se carece de una argumentación que la sustente. Es lo que ocurre con las definiciones del

periódico, como la forma de llamar a la Ley: “la Ley de Delitos Informáticos, más conocida con (*sic*) la Ley Mordaza”. El “más” (elemento valorativo del subsistema gradación) pretende suplir la ausencia de una argumentación que explique con base en qué dice el periódico que la Ley de Delitos Informáticos es conocida, en mayor medida por el nombre que ellos le atribuyeron, que por su nombre oficial. Algo muy relevante, porque si la mayoría de la población llamara a esa Ley “Ley Mordaza”, ello significaría que la valoran de forma negativa al igual que el periódico lo hace.

Un quinto mecanismo es el relativo a la especificación de valores. Los valores de los periodistas (y de la mayoría de los grupos) no son exclusivos de ellos. Lo que sí les es propia es la especificación de estos. Ese proceso por el que un valor es seleccionado e incorporado a una ideología, se orienta en función de los intereses del grupo. Ello, claro, puede ser también parte de un proceso de manipulación: se priorizan determinados valores y se especifican de acuerdo a los intereses de quienes manipulan, haciendo creer a los manipulados que son sus intereses o que son los intereses de “todos” (y no los de los manipuladores) los que se están defendiendo. Es el caso, en la muestra, del valor “libertad”, “libertad” en general, “libertad de expresión” o, más específicamente, “libertad de prensa” (en las noticias no se aprecian diferencias entre ellas, consideradas de forma indistinta como si, en el fondo, fueran una y la misma cosa). Interviene aquí, además, el hecho de que el “dominio” es una dimensión fundamental de los modelos de contexto y los periodistas, en el dominio de los medios, tienen como principio ideológico importante que el Estado no debería limitar la libertad de prensa. Sin embargo, tanto en la doctrina como en la jurisprudencia (latinoamericana y europea) de derechos humanos, no existe ningún derecho fundamental ni libertad pública que no esté sujeta a regulación o límite.

Además, cuando esa libertad no es solo (ni principalmente) la de un individuo, sino la de una institución, cámara o corporación, debe recordarse que el ejercicio de más poder por parte de un grupo usualmente implica la limitación de la libertad para el otro grupo, con lo cual los reclamos ideológicos de libertad, como la libertad de prensa, son normalmente reclamos de poder. Piénsese en la nota (*n.º 5 Ley Mordaza*) que denuncia, como acción represiva, la contratación de un abogado en Casa Presidencial para que formule solicitudes de rectificación y respuesta. Considéresela a la luz de esta teoría sobre las formas de especificación ideológica de los valores compartidos en una cultura, por parte de los grupos. El respeto a la libertad de expresión, para Diario Extra y para los

medios que los apoyaron en esta campaña (todos los de referencia en el mercado costarricense), implica, pareciera, a la luz de esa nota, una renuncia de las instituciones del Estado a comunicarse con la población sin pasar por la mediación y filtro de los medios; supone una renuncia, por parte de los gobernantes, a los esfuerzos por aclarar informaciones periodísticas que consideren falsas sobre su quehacer; y una renuncia de los funcionarios y de los políticos, a su derecho fundamental de defensa del honor.

Un sexto y séptimo mecanismo (ya comentado) es el de suprimir información que pueda distanciar al medio de sus lectores y de sus entrevistados (al menos de aquellos en cuya boca reproducirán sus macroproposiciones ideológicas). Tales omisiones se complementan con la insistente exposición de personas “comunes y corrientes”, de “ciudadanos de la calle”, transeúntes en fin (identificados como “el pueblo” o “Costa Rica”), opinando a favor del periódico y en contra de la Ley de Delitos Informáticos o directamente de los políticos. A ello se suman los conjuntos de opiniones de sectores (sindicalistas, deportistas, artistas, motociclistas, etc.) coincidiendo con el periódico en adjuntos bajo las noticias. Esto, que no es más que un mecanismo de contracción dialógica, tiene como finalidad mostrar que el pueblo respalda a la prensa, que todos aprecian el trabajo que hace, y que la sociedad en general valora a los políticos en términos similares a los de Diario Extra. El último ejemplo de estas estrategias de naturalización de valoraciones, como ya se dijo a propósito de la manipulación de la memoria de largo plazo, es dar forma de noticia a lo que, en realidad, es un artículo de opinión. Facilita que el lector incluya en el modelo de acontecimiento que construye sobre la Ley en cuestión (y no en el de contexto) la opinión del periodista sobre cuáles son las motivaciones detrás de su aprobación.

### 3. EL “ESPIONAJE A PERIODISTAS” EN VERSIÓN DEL DIARIO EXTRA

Según Van Dijk, la reproducción ideológica y la manipulación pueden realizarse de distintas formas. Están los mecanismos de manipulación de la memoria de corto plazo y de la memoria de largo plazo. También pueden expresarse las macroproposiciones ideológicas de forma directa, repitiéndolas, reforzándolas y mostrándolas como aceptadas por la mayoría. Sobre esas tres vías y sobre el objetivo con el que se desarrollan dichas estrategias, versan los siguientes cuatro acápites, síntesis de los principales hallazgos del análisis de las noticias sobre el “Espionaje a periodistas”. Se adelanta que el más general

de esos hallazgos es la sorpresiva similitud de estrategias y recursos empleados en esta muestra respecto de los empleados en la primera sobre la “Ley Mordaza”.

#### A) Manipulación sobre la memoria de corto plazo:

La manipulación del proceso de comprensión del discurso mediante mecanismos que actúan sobre la memoria de corto plazo, está presente (en mayor o menor medida) en todas las piezas analizadas. Como se detalló en el capítulo III, se trata de un procesamiento (de distintas estructuras discursivas, verbales y no verbales) que hace conjeturas rápidas y eficientes, “atajos” cognitivos para evitar hacer análisis completos. La manipulación consiste en controlar algunos de estos procesos que están parcialmente automatizados. Por ejemplo los titulares de las noticias, en posición destacada y en letras más grandes, atraen más la atención y facilitan la representación cognitiva y el recuerdo, lo que, en sí mismo, no implica manipulación, salvo que, por ejemplo, lo destacado en el titular, que convencionalmente debería estar determinado por un elemento de la macroestructura semántica, el tema principal (que da coherencia global al texto y controla su coherencia local), no guarde esa relación con la información contenida en la nota. Si esa distorsión intencionada “juega en favor” de los intereses del hablante/escritor (lo cual no es una condición textual ni cognitiva sino social, normativa y contextual), se está frente a una manipulación. Para apreciarlo, se aplicó un análisis superestructural que permitiera clasificar las partes del discurso de la noticia con respecto a sus funciones en el texto, lo que, a su vez, facilitara valorar el artículo según la pertinencia de estas partes con respecto al tema o a la cuestión central.

Los mecanismos utilizados de forma más frecuente fueron los siguientes: titular con una interpretación no sustentada (e incluso contradicha) en el cuerpo de la noticia (p.ej. *n.º 5 Espionaje a periodistas*). El uso del titular, el *lead*, la “predicción” o la “información previa”, no con los fines informativos o de análisis que normativamente tienen, sino con una clara intencionalidad persuasiva y manipuladora (p. ej. *n.º 10 Espionaje a periodistas*). En casi todas las piezas analizadas, además, pudo mostrarse cómo el llamado a la solidaridad con el periódico se oculta de las partes superestructuralmente prominentes (con un objetivo que se discutirá en el acápite D de este apartado). Finalmente, denominar el rastreo telefónico como “espionaje” (o “escuchas”, aun sabiendo que ello nunca ocurrió) implica, solo eso, una interpretación



del hecho sobre el que se informa. Una interpretación tan tendenciosa y que emplea términos tan negativamente connotados, como la denominación (en el primer conjunto de noticias analizado) de la Ley de Delitos Informáticos como “Ley Mordaza”.

#### B) Manipulación sobre la memoria de largo plazo:

Al igual que en el acápite anterior, se obtiene como resultado de los análisis realizados que la manipulación del proceso de comprensión del discurso mediante mecanismos que actúan sobre la memoria de largo plazo está presente en toda la muestra. Y de la misma forma, conviene recuperar las nociones básicas que al respecto se desarrollaron en el capítulo III: cuando los objetivos de la manipulación no se agotan en la inmediatez del evento comunicativo, sino que buscan resultados más estables, inciden sobre la memoria de largo plazo, que contiene nuestros conocimientos, actitudes e ideologías. Estos, junto a los recuerdos personales y las experiencias cotidianas (incluidos los eventos comunicativos) se almacenan en la memoria episódica, como modelos con su propia estructura. Así, comprender una noticia implica construir un modelo sobre ese acontecimiento, en un proceso de comprensión que va más allá de asociar significados con palabras, y que constituye la base de los futuros recuerdos y los nuevos aprendizajes, como la adquisición de conocimientos, actitudes e ideologías basados en la experiencia. En consecuencia, si el manipulador quiere que el receptor entienda lo informado tal como él desea, es fundamental que este forme el modelo mental que el manipulador planea, para así restringir su libertad de interpretación y disminuir la probabilidad de que entienda el discurso en un sentido contrario al interés de su autor.

Lo anterior se consigue mediante distintas estrategias discursivas dirigidas a la formación o activación de “modelos preferentes”. La mayoría de las veces, consiste en enfatizar discursivamente aquellas propiedades del modelo que son coherentes con los intereses propios y desenfatar u ocultar las inconsistentes. Así ocurre en las noticias analizadas y no es sorpresivo. Los periodistas desarrollan ideologías profesionales con relación a otras élites y otros grupos de poder. Es decir, que al igual que muchas otras ideologías de grupos, la periodística, al menos según se expresa en estos textos, incluye la representación polarizada de “Sí mismos” y de “los Otros”, de “Nosotros” los buenos y de “Ellos” los malos, y ese lugar de “Ellos”, al menos en estos textos, es ocupado por las autoridades judiciales. Representación polarizada orientada (sobre esto se profundiza

en el acápite D de este apartado) a crear una alianza solidaria entre prensa y ciudadanía, que legitima a la prensa como representante de esta (p. ej. *n.º 4 Espionaje a periodistas*). A continuación, se detalla primero la construcción del “otro”, del adversario al que se enfrenta el “nosotros”, constituido por la prensa en general (liderada por Diario Extra) y “el pueblo”.

El primer rasgo de las autoridades (según es construida su representación en las piezas analizadas) es que son todas iguales en diversos sentidos. En Costa Rica y en otras partes del mundo violan la intimidad de los ciudadanos para vigilarlos (p.ej. *n.º 10 Espionaje a periodistas*). Son individuos corruptos que se protegen entre sí. Ánimo encubridor que los lleva a asumir comportamientos antidemocráticos y represivos. Ello tiene consecuencias: manchan el prestigio democrático del país (aún más, la identidad nacional) y lo conducen hacia una autoritarismo creciente<sup>349</sup>. En varios textos es notable la tensión entre el discurso de la Costa Rica pacífica, democrática y respetuosa de los derechos humanos, y su difícil conciliación con el discurso que representa a todos los gobernantes del país como represivos, autoritarios y antidemocráticos. Es, a nivel del subsistema “afecto”, la tensión entre el orgullo nacionalista y el sentimiento de pérdida o de deterioro. Pérdida y deterioro que también repercute sobre “Ellos”: con sus actos provocan la erosión de su legitimidad y credibilidad; están totalmente desprestigiados. Encima, a esas deficiencias “morales” se añan otras intelectuales: son cobardes, torpes e incompetentes (p.ej. *n.º 8 Espionaje a periodistas*), además de negligentes por abandonar sus obligaciones básicas.

Esta representación homogénea de las autoridades requiere omitir mucha información que evidenciaría (si no se omitiera) la heterogeneidad de estas y los conflictos que a lo interno caracterizan los campos de la administración de justicia y de la política. Así se ve, por ejemplo, en una nota (*n.º 7 Espionaje a periodistas*) que retoma la anterior “lucha” del periódico, la que libraron contra la “Ley Mordaza”. Esta invisibiliza la participación (decisiva) contra las ambigüedades de la Ley de Delitos Informáticos, de actores políticos y judiciales. Autoridades que se pusieron del lado de Diario Extra en defensa de la libertad de prensa. La nota excluye de la distribución de méritos por frenar la “Ley Mordaza”, tanto a los diputados de oposición como a la Sala Constitucional del Poder Judicial y a la Defensoría de los Habitantes. Luego atribuye esa

---

<sup>349</sup> Sea con el fin de agudizar escenarios catastrofistas o de no alterar las representaciones polarizadas, se llega, incluso, al uso de la mentira (p. ej. “CR baja en ranking de libertad de expresión”).

ley fallida al Congreso y al Ejecutivo, como un todo. Lo mismo ocurre con el “espionaje” en este segundo conjunto de notas: se le atribuye al Poder Judicial como un todo (incluso hay varios textos en los que se le atribuye, también, a los políticos). La conclusión es obvia: todas las autoridades públicas (políticas o no) son iguales<sup>350</sup> y actúan de forma coludida contra la prensa.

Esa colusión se evidencia en el retraso, en la demora con que enmiendan la “Ley Mordaza” (primer conjunto de noticias) y con que resuelven el recurso de amparo contra el “espionaje” y sancionan a sus responsables (p. ej. *n.º 5 Espionaje a periodistas*). Esconden una aversión común contra la prensa. En las notas relativas a la Ley de Delitos Informáticos se llega a afirmar que los políticos en América Latina se han puesto de acuerdo para adoptar una ley mordaza con distintos nombres en sus respectivos países. En estas sobre el “espionaje” se dice que este es una aplicación “camuflada” de la “Ley Mordaza” (p. ej. *n.º 1 Espionaje a periodistas* o *n.º 2 Espionaje a periodistas*), detrás de la cual están los “políticos” en el sentido coloquial más amplio del término, que incluye a los políticos y a las autoridades judiciales. Por eso lo ocurrido se interpreta como sintomático o revelador de una práctica generalizada (p. ej. *n.º 4 Espionaje a periodistas*). No se trata de hechos aislados, sino de acciones que revelan un conflicto derivado de la propia naturaleza del poder político y de la labor de la prensa, en el que, del triunfo de esta, depende el futuro de la democracia (*n.º 2 Espionaje a periodistas*).

Lo anterior introduce otro aspecto interesante de esa representación construida: la correspondencia entre lo negativo de las autoridades y lo positivo de la prensa (que a partir del siguiente párrafo se desarrollará). La única explicación y motivación de “sus” vicios, son “nuestras” virtudes. Se niega así cualquier tipo de justificación política o legal que ofrezcan las autoridades para actuar como actuaron y más bien se le encuentra explicación (a ese comportamiento censurado) en las virtudes de la prensa. La

---

<sup>350</sup> La única “excepción” es la valoración positiva de los magistrados de la Sala Constitucional en la pieza “Grupo Extra seguirá dando la lucha”, con dos matices: esa valoración positiva se superpone sobre la negativa de notas anteriores sin conciliación alguna y queda eclipsada por uno de los dos únicos casos (en ambas muestras) de uso del subsistema “apreciación”: de las dos muestras analizadas, la pieza *n.º 9 Espionaje a periodistas* es la primera en la que aparecen valoraciones (y además muchas) de una cosa (sentencia) que, en el fondo, no constituyan valoraciones de las personas responsables por esta (magistrados). Ciertamente en el texto hay una valoración positiva de los magistrados (mediante el subsistema “juicio”) que emitieron la resolución, pero esta, en sí misma, como documento legal, también es objeto de valoración, incluso de forma más prolija que la recibida por los magistrados. Las causas para que esto sea así parecieran ser dos: la necesidad de resaltar la victoria que la resolución de la Sala Constitucional significa para la prensa y dar el menor realce posible al hecho de que fueron autoridades judiciales las que finalmente protegieron la libertad de prensa.

correspondencia es tal que llega a expresarse incluso a nivel metafórico (p. ej. *n.º 4 Espionaje a periodistas*). Dos “cobijas” para hablar de dos actitudes debidas: “repudiar a quienes bajo la cobija de la ley y la autoridad abusan profundamente de su investidura” y “todo costarricense que precie el régimen de libertad de prensa que nos cobija, debe cerrar filas en solidaridad con DIARIO EXTRA”. Una cobija, la que nos protege, es la libertad de prensa. La otra cobija, la de quienes nos agreden, es la de la ley y la autoridad.

Mientras las autoridades callan a la ciudadanía, amedrentándola con su espionaje, Diario Extra le da voz (*n.º 2 Espionaje a periodistas*). Los redactores del periódico se ven a sí mismos como guardianes de la sociedad al servicio del público (esa es, precisamente, una de las dimensiones del modelo de contexto más relevantes: las funciones, el “qué hacemos” o “cuál es nuestro aporte”). Por eso es valioso su aporte a la sociedad y a la democracia. Son valientes y vigilantes del poder. Mientras “Ellos” ocultan, “Nosotros” revelamos, denunciemos y damos a conocer. Por eso los periodistas son merecedores de reconocimiento y premios. Lo arduo de su labor justifica el uso intensivo de lenguaje bélico. Pero sobre todo, los periodistas son veraces. En la única pieza donde hay algo similar a la categoría estructural “información previa” o “recapitulación” (*n.º 3 Espionaje a periodistas*), esta parte de la noticia está en función de (pretender) demostrar la veracidad del medio, lo que confirma el uso de los elementos estructurales de la noticia para fines distintos a los informativos<sup>351</sup>.

Otra dimensión igualmente importante es la relativa al liderazgo de los periodistas respecto del pueblo, y el de Diario Extra respecto de los demás medios del país: los periodistas son los defensores del pueblo, activos en defensa de sus derechos siempre dentro de los canales institucionales. Su trabajo es apreciado popularmente porque son trabajadores esforzados. Y también son (por esa labor) agredidos, víctimas inocentes del poder. En esa construcción, además, está presente la asociación prensa-democracia, sobre la que se volverá más adelante. Diario Extra, en particular, es líder del gremio (p. ej. *n.º 3 Espionaje a periodistas* o *n.º 4 Espionaje a periodistas*), creíble, influyente, valiente y competente, de buena fe pero no ingenuo. Su compromiso es con la libertad de expresión

---

<sup>351</sup> Algo similar ocurre en la nota “Espionaje a paso lento en la Corte”, en la que la información previa aparece bajo el subtítulo “Cronología”, sin cumplir una función informativa sino argumentativa: los distintos pasos dados por la prensa y la funcionaria acusada de filtrar información, no han sido correspondidos con resoluciones prontas de las autoridades judiciales.

responsable, el derecho a la información veraz y la protección de sus fuentes. Un compromiso permanente y sacrificado incluso a nivel personal<sup>352</sup>.

Ahora bien, la representación arriba detallada es la de una prensa homogénea (que se corresponde con la de las autoridades que también lo es). ¿Pero lo es? ¿La “persecución”, por virtuosa, es contra Diario Extra solamente o contra la prensa costarricense en general? Albino Vargas, la fuente consultada en la nota *n.º 2 Espionaje a periodistas*, no es un entrevistado cualquiera. Basta revisar el universo de noticias y el total de artículos de opinión (en las dos campañas, contra la “Ley Mordaza” y contra el “Espionaje a periodistas”), para constatar su decidido apoyo (y el del sindicato por él presidido, el más importante del país) a Diario Extra, periódico en el que él tiene su columna semanal. Para Vargas la persecución de las autoridades es solo contra los medios de Grupo Extra, mientras que, para el medio (en el relato que el medio ha construido sobre este caso y el de la “Ley Mordaza”), la agresión de las autoridades es contra el periodismo nacional en general. Para Vargas solo Diario Extra es perseguido porque solo Diario Extra es el periódico del pueblo; los demás son “latifundios mediáticos”. Se trata de dos relatos que chocan entre sí sin que el debate se desarrolle ni en la nota propiamente ni en las ediciones siguientes. Es una interpretación con la que el periódico parece simpatizar, pero que le resulta inoportuna en ese momento, pues en ambas “luchas” contó con el apoyo de los directores de los demás medios importantes, a pesar de ser su competencia comercial.

Otro aspecto de diferenciación interna silenciada es el que hay entre los periodistas como trabajadores y los medios como empresas para las que trabajan. En solo una nota de ambas muestras (*n.º 2 Espionaje a periodistas*) se refiere a los periodistas como sujeto, si no independiente, sí al menos diferenciable de la empresa de medios en la que trabaja. Se trata de algo relevante en esta investigación, pues su misma estructuración, objetivos e hipótesis, supone que, aunque, en su origen y en las dinámicas laborales, haya una relación de tensión entre los periodistas como trabajadores y los medios como empresas empleadoras, en su enfrentamiento con los políticos y las autoridades públicas en general,

---

<sup>352</sup> A este respecto es llamativa la publicitación de la figura de Iary Gómez, directora de Diario Extra. Tanto Santos (2003) como Ortega (2011), describen como elemento fundamental de pertenencia a la “élite periodística” o para ser un “caudillo periodístico”, la notoriedad pública del profesional. Diario Extra fue fundado en 1979 por William Gómez, padre de su actual propietaria y directora. Esa notoriedad, reconocimiento público y estima desde los círculos de poder, la tuvo siempre su padre, aunque siempre en menor medida que la de los directores de los medios “serios” del país. William Gómez falleció en 2012 y la dirección de la empresa fue asumida por su hija, no periodista de formación. Cabe la posibilidad de que detrás de las dos series de reportajes en estudio (sobre la “Ley Mordaza” y sobre el “espionaje a periodistas”) esté, también, el interés de Iary Gómez por posicionar su nombre e imagen dentro de las figuras del periodismo costarricense.

sobre todo en sus acciones de legitimación, actúan de forma conjunta, coherente y sin fisuras, distancias ni tensiones entre sí. Los textos analizados, claramente, respaldan esa hipótesis. El discurso desplegado por Diario Extra lo exige. Exige que no haya choques entre medios, ni entre medios y periodistas, ni entre medios, periodistas y ciudadanos. Por eso omite información, por ejemplo algunos de los datos que pesan negativamente en las calificaciones del país otorgadas por RSF: los factores atribuibles a un mercado de medios concentrado y en el que los periodistas carecen de protecciones legales frente a las empresas en las que trabajan (*n.º 7 Espionaje a periodistas*).

Corolario de todo lo anterior, si las autoridades son todas iguales y los periodistas y los medios también lo son, pues el rastreo telefónico al periodista Manuel Estrada se convierte en el “Espionaje a periodistas” (lema del ribete que aparece en la parte superior derecha de todas las páginas dedicadas al tema) llevado a cabo por “Ellos”. Dos son, básicamente, los mecanismos para hacer de un exceso policial contra un periodista, una agresión de todas las autoridades públicas (judiciales y políticas) contra el periodismo: primero, atribuye el rastreo a todo el Poder Judicial. Una generalización coherente con la advertencia de Iary Gómez de que los que resolverían el recurso de amparo “son las mismas personas que estamos denunciando” (*n.º 3 Espionaje a periodistas*). Y segundo, vincula el rastreo telefónico con la llamada “Ley Mordaza”, al extremo de identificarlas como parte de una misma estrategia del poder político contra la prensa (en varias notas, pero prominentemente en *n.º 6 Espionaje a periodistas* y en *n.º 7 Espionaje a periodistas*). En la misma línea va la maniobra de enmarcar este caso en la tradición del periodismo investigativo contra el poder político (p. ej. *n.º 9 Espionaje a periodistas*). Pero el periodismo de investigación o el de análisis político no son la seña de identidad de Diario Extra. Las fotos de portada que caracterizan al periódico no van sobre eso. La filtración acusada en este caso y que motivó la persecución penal contra la funcionaria que pasaba información a Estrada no iba sobre eso. La funcionaria de apellido Fonseca no le pasó al periodista información sobre ningún hecho de corrupción del Poder Judicial. Era información sobre el desarrollo de las pesquisas de un secuestro extorsivo.

Además de los ya mencionados, ¿qué otros recursos de valoración son empleados frecuentemente? Los de “gradación” por “fuerza” son usados para intensificar “juicios” y “afectos” que culpabilizan a las autoridades judiciales y victimizan a los periodistas y a la funcionaria acusada de filtrarle información a Diario Extra. Mientras que los de “gradación” por “foco” son usados para difuminar agresiones que, de esa forma, pueden

acusarse sin tener que precisar en qué consistieron (p. ej. *n.º 4 Espionaje a periodistas*) o para hacer acusaciones ayunas de sustento sin riesgo de una demanda por calumnias (*n.º 5 Espionaje a periodistas*). Es esa la peculiar mezcla de los recursos de gradación empleados: el polo fuerte del subsistema “fuerza” y polo débil del subsistema “foco”. No suele usarse la “apreciación” sino orientada hacia el “juicio”, salvo cuando argumentativamente el objeto, evento o proceso valorado, es muy importante en sí mismo<sup>353</sup> y se le acompaña de recursos de gradación para intensificar (p. ej. *n.º 10 Espionaje a periodistas*).

Aunque obvio, cabe apuntar que el hecho de tratarse de una “campana” en la que durante semanas el periódico dedicó páginas y portadas a este tema, tiene también una incidencia directa sobre la memoria de largo plazo. En los procesos de reproducción ideológica, un factor vinculado con el alcance o penetración es la “consecuencia mediática” del discurso. La mayor difusión contribuye significativamente a la reproducción ideológica. Así, los medios proveen los prototipos y esquemas generales sobre la base de los cuales las personas perciben y clasifican a los miembros de las distintas colectividades sociales. Igualmente hay manipulación en la presentación en forma de noticias de notas que oscilan entre una entrevista sin el par clásico “pregunta-respuesta” y un artículo de opinión multivocalizado, en el que su autor es introducido de forma legitimadora por el periodista (p. ej. *n.º 1 Espionaje a periodistas*). Fue un recurso empleado con frecuencia, aunque menos acentuado que en el primer conjunto de notas sobre la “Ley Mordaza”<sup>354</sup>. Esto es muy importante porque facilita, promueve, que el lector incluya en el modelo de acontecimiento que construye sobre el hecho (rastreo telefónico), y no en el modelo de contexto, la opinión/hipótesis del periodista sobre el caso. Se trata de una estrategia claramente dirigida a influir en la construcción y aceptación de modelos preferidos.

---

<sup>353</sup> Es el caso, también, como se apuntó en una cita al pie anterior, de la sentencia de la Sala Constitucional. El mismo razonamiento aplica para la expresión “me siento orgulloso del país donde nací” (*n.º 9 Espionaje a periodistas*). Aquí el país es valorado y esa valoración positiva no puede atribuirse a ningún responsable mediante el subsistema “juicio”, como sí se ha hecho, por ejemplo, cuando en otras notas se ha señalado que Costa Rica ya parece el Chile de Pinochet (ahí es claro que la valoración negativa, más que sobre el país, recae sobre las autoridades acusadas de esa deriva).

<sup>354</sup> Sin embargo, incluso en las notas con auténtico contenido noticioso (p.ej. *n.º 3 Espionaje a periodistas*) difícilmente puede separarse lo que es información sobre hechos, de lo que es un alegato a favor de la tesis sostenida por el medio. La separación (normativa en la deontología periodística) de “hechos” y “opinión”, no existe en las dos muestras analizadas.

### C) Macroproposiciones ideológicas y contracción dialógica:

Existe otra forma de manipulación de la memoria de largo plazo que no se centra en la creación de modelos mentales preferidos específicos, sino en conocimientos abstractos más generales, como actitudes e ideologías; es decir, en representaciones sociales compartidas, influyendo en grupos completos y en relación a muchas situaciones. Estrategias óptimas para ello, ya comentadas, son la generalización, la polarización “Nosotros” / “Ellos”, y la repetición. Pero además (y es lo que se desarrollará en este acápite) la reproducción de esas representaciones sociales compartidas generales, de esas actitudes, opera mediante su explicitación y desarrollo argumentativo. ¿Cómo podría esto expresarse en textos noticiosos? Con el fin de apreciarlo, conviene recordar que la Teoría de la Valoración (TV) atribuye especial relevancia a la comprensión de los medios lingüísticos mediante los que una voz autoral expresa sus valoraciones y se construye como más o menos abierta a posibles puntos de vista alternativos o divergentes, como más o menos dispuesta a entrar en negociación con posiciones alternativas.

Aplicado el instrumental analítico de la TV a la muestra, se aprecian, como primeros datos, las mismas dos paradojas apuntadas en el resumen de resultados de las noticias sobre la “Ley Mordaza”: la primera es que, parafraseando a Ortega (2006), la mayoría de las piezas de la muestra (ciertamente menos que en la muestra anterior) son “noticias sin información”, esto es, sin acontecimiento. Algunas (también menos que en la muestra anterior) son más bien notas con entrevistas o sin ellas (sin el par clásico del género: pregunta - respuesta) pero con declaraciones de una fuente solamente o de varias coincidentes entre sí y con el periódico. Son en realidad reacciones a la noticia original (esta sí, “noticia” en el sentido de información sobre un hecho novedoso) del rastreo telefónico, solicitadas por el periódico y ofrecidas, según el caso, con mayor o menor libertad para declinar o manifestar una posición distinta a la esperada por el medio, por parte del entrevistado (autoridades y actores sociales).

La segunda paradoja es que a través de esas fuentes el medio recurre a la multivocalización, pero no para ampliar el debate e incorporar perspectivas diversas sobre el tema, sino para encubrir una excesiva contracción dialógica. Quizá los dos mejores ejemplos de cómo la aparente multivocalización, en lugar de expandir los términos del debate, lo que hace es cerrar -casi al punto de la monoglosia- los textos, es, primero, el llamado del sindicalista Albino Vargas a los costarricenses. Lo que Vargas dice que los costarricenses “deben” hacer (solidarizarse con el periódico) es lo que Diario Extra



publica cotidianamente que ya hacen (*n.º 2 Espionaje a periodistas*). El segundo ejemplo es el triple papel de Iary Gómez en la nota *n.º 3 Espionaje a periodistas*: ella genera el acontecimiento noticioso (es su protagonista), ella reacciona a este, lo valora y hace las predicciones del caso, y ella (su periódico) informa sobre una cosa y la otra. Es así como, puestos en diálogo los textos con la TV, aparecen tres niveles superpuestos del sistema “compromiso”: textos multivocalizados que, por eso, son formalmente heteroglósicos. Mismos textos en los que la contracción dialógica es tan fuerte que en el fondo parecen monoglósicos. Y mismos textos que, a pesar de ese hermetismo monoglósico, o, más bien, precisamente por él, traslucen la intensidad de la polémica heteroglósica a la que se anticipan y a la que responden. Se repite aquí también un patrón apreciado en la primera muestra: silenciar la argumentación contraria, la oficial de las autoridades, que sin aparecer es prolijamente contradicha.

Con el fin de lograr lo anterior, el recurso de contracción dialógica más usado es la proclamación mediante coincidencia. En casi todas las “noticias” las macroproposiciones ideológicas que el medio quiere reproducir son explicitadas, puestas no solamente “en boca” del periodista (que también), sino de la fuente consultada. La otra voz “distinta” a la del medio, que se incorpora a los textos, es una que refuerza (incluso en un extremo superior al que el mismo medio se permitiría) sus valoraciones positivas de Diario Extra y negativas de las autoridades judiciales. Las pocas veces en que el periódico “multivocaliza” con valoraciones básicamente coincidentes con la suya, pero algo medidas, esa coincidencia básica pareciera no bastarles y entonces proceden a forzarlas para aproximarlas aún más a su discurso. Que esa sea la razón por la que deciden consultar y publicar las opiniones de una fuente permite comprender por qué los textos ocultan la razón de ser, el justificante, de entrevistar a alguien o publicar su opinión en formato de noticia, ocultando, en todos los casos, las preguntas (lo que impide apreciar qué tan inducidas fueron las respuestas y que de paso da a estas una apariencia de espontaneidad). Se comprende, asimismo, que en varios casos se revista de mayor legitimidad o representatividad a aquellos voceros usados para multivocalizar el texto reproduciendo la postura del periódico. Además se comprende por qué el medio invisibiliza sus conflictos con las fuentes empleadas en el proceso de contracción dialógica. Esas fuentes, con las que el periódico ya suprimió diferencias, revestidas de la mayor legitimidad, consultadas sin explicar por qué a ellas en particular e interrogadas sin publicar las preguntas, están listas para reproducir, “por sí mismas”, el discurso del

periódico. Encima, estos recursos de proclamación por coincidencia se refuerzan con las valoraciones (publicadas de forma cotidiana) de otros cientos de personas cuyas opiniones breves se citan en los adjuntos como este:

**ESPIONAJE A PERIODISTAS**  
Sábado 1º de febrero de 2014:19

• Reprochan rastreo telefónico del Poder Judicial

# EL PAÍS ENTERO ESTÁ CON DIARIO EXTRA

BRYAN CASTILLO BERROCAL / bryan.castillo@diarioextra.com

Costa Rica se ha manifestado a favor de DIARIO EXTRA tras darse a conocer el teléfono que el Poder Judicial aplicó al día de comunicación.

Muchos aseguraron que esto es un abuso de la autoridad y hasta expresaron su disgusto porque consideran que estos actos son propios de países que viven bajo regímenes dictatoriales. Otros afirmaron que no es justo porque esto es como una segunda "Ley mordaza" que pretende intimidar a los periodistas para que no saquen a la luz anomalías que suceden en las instituciones públicas.

Una vez más todo el país no solo le da la bienvenida a El Periódico de Más Venta en Costa Rica sino también a la prensa en general.

**JE OPINA DE QUE EL PODER JUDICIAL ESPIA A LOS PERIODISTAS QUE DENUNCIAN ANOMALÍAS**

<p><b>JUAN ORTIZ PALMAR NORTE</b></p> <p>"Institución tiene que estar y no pasará. Estamos en un país que se respira la ley. Estos funcionarios tienen que actuar con responsabilidad". Foto: José Luis Calvo</p>	<p><b>JORGE UMAÑA PALMAR NORTE</b></p> <p>"No es bueno porque está atentando contra la libertad de expresión. Los medios tienen todo el derecho de difundir lo que está pasando y sacar a la luz a los corruptos que dañan la imagen de la República". Foto: José Luis Calvo</p>	<p><b>ALEXANDER ROMERO PALMAR NORTE</b></p> <p>"Está mal lo que está sucediendo, más bien el Poder Judicial debe ser un soporte para la prensa resguardando la seguridad de los periodistas". Foto: José Luis Calvo</p>	<p><b>ESTHER SOLANO PALMAR NORTE</b></p> <p>"Ese es el trabajo de los periodistas, buscar la información y sacar a la luz pública la corrupción, y por ninguna circunstancia tienen que ser espías". Foto: José Luis Calvo</p>
<p><b>URIEL JIMÉNEZ PALMAR NORTE</b></p> <p>"Los costarricenses están informados de lo que pasa en el país. DIARIO EXTRA tiene todo el apoyo de la ciudadanía, yo mi apoyo". Foto: José Luis Calvo</p>	<p><b>JUAN SALAS PALMAR NORTE</b></p> <p>"Esto se parece a la Ley mordaza. En este país debemos estar bien enterados de lo que pasa en los poderes del Estado y por ningún motivo los medios de comunicación tienen que ser espías". Foto: José Luis Calvo</p>	<p><b>ARMANDO ANGULO SANTA CRUZ</b></p> <p>"No estoy de acuerdo con que se esté espionando a los periodistas. Estamos en un país de derechos, pienso que esto es un abuso de poder". Foto: Manuel Gutiérrez</p>	<p><b>EDGAR CORONADO SANTA CRUZ</b></p> <p>"No estoy de acuerdo. Pienso que se invade la privacidad de las personas y en un país democrático como Costa Rica es una seria amenaza de los derechos". Foto: Manuel Gutiérrez</p>
<p><b>DAN CARRILLO SANTA CRUZ</b></p> <p>"De acuerdo con el Poder Judicial está a los periodistas abajo de ustedes y al pueblo de lo que pasa en el país". Foto: Manuel Gutiérrez</p>	<p><b>FERNÁN ALVARADO SANTA CRUZ</b></p> <p>"En total desacuerdo. ¿Cómo es posible que se den estas cosas de espionaje al periodista? ¿Cuál es el temor de que el periodista publique lo malo que hacen en el Poder Judicial?". Foto: Manuel Gutiérrez</p>	<p><b>JOSÉ EDUARDO RODRÍGUEZ SANTA CRUZ</b></p> <p>"No estoy de acuerdo que espíen a los periodistas, que los dejen trabajar libremente y sin obstáculos porque ellos se encargan de descubrir las anomalías en las instituciones públicas". Foto: Manuel Gutiérrez</p>	<p><b>MAYELA RODRÍGUEZ SANTA CRUZ</b></p> <p>"Para mí es un abuso de autoridad. El periodismo es un medio informativo que se debe apoyar, así que estoy del lado de los periodistas". Foto: Manuel Gutiérrez</p>
<p><b>ORLANDO LEZ ALAJUELA</b></p> <p>"Puede estar pero como es posible vendiéndose la libertad". Foto: Róger Soto</p>	<p><b>MARÍA LIDIETH ALVARADO ALAJUELA</b></p> <p>"Me parece increíble. Deberían ayudar a la prensa y no estar escondiendo el lado oscuro que hay, si más bien la prensa es un medio por el cual los costarricenses nos damos cuenta de todo lo que pasa". Foto: Róger Soto</p>	<p><b>MARTÍN VARGAS ALAJUELA</b></p> <p>"Me parece muy mal que estén investigando a los periodistas". Foto: Róger Soto</p>	<p><b>MAURICIO MARTÍNEZ ALAJUELA</b></p> <p>"Esto ya parece el comunismo porque se sabe que este es un país libre y democrático. Con esto que se está dando parece que se está perdiendo la libertad". Foto: Róger Soto</p>
<p><b>LUTH DELGADO ALAJUELA</b></p> <p>"Parece que se vienen los llantos de los periodistas y los propios del Poder Judicial". Foto: Róger Soto</p>	<p><b>JOSUÉ GONZÁLEZ ALAJUELA</b></p> <p>"El derecho a la información que tenemos como ciudadanos está sufriendo un atropello por parte del Poder Judicial, ya que todos los costarricenses podemos estar al tanto de los actos delictivos que suceden en el país". Foto: Róger Soto</p>	<p><b>MOISÉS MAROTO CARTAGO</b></p> <p>"Me parece que la prensa debe ser libre en sus cosas y no estar de acuerdo con lo que el Poder Judicial le está haciendo a DIARIO EXTRA". Foto: Juan Carlos Rubí</p>	<p><b>DEIVIS SANABRIA CARTAGO</b></p> <p>"Que dejen a los periodistas en paz, ya que sin ellos no podemos saber nada de lo que pasa en Costa Rica". Foto: Juan Carlos Rubí</p>
<p><b>LEONIDAS ROS CARTAGO</b></p> <p>"En todo me informo de la prensa y a hacer si a los dejan tranquilos". Foto: Róger Soto</p>	<p><b>MARCOS GRANADOS CARTAGO</b></p> <p>"No es justo lo que se está viendo en Costa Rica. No me parece lo que está haciendo la gente del Poder Judicial". Foto: Róger Soto</p>	<p><b>JEFFREY VILLALOBOS CARTAGO</b></p> <p>"Soy un fiel lector de DIARIO EXTRA y esto que le están haciendo no es justo". Foto: Juan Carlos Rubí</p>	<p><b>PABLO ÁLVAREZ CARTAGO</b></p> <p>"Ya esto está como cuando pasó lo de la Ley mordaza. Ojalá que no se repita porque es muy feo que pasen estas cosas con la prensa". Foto: Juan Carlos Rubí</p>

A lo anterior se suman mecanismos de refutación mediante contraexpectativa, de proclamación mediante pronunciamiento y de proclamación mediante respaldo (p.ej. *n.º 9 Espionaje a periodistas* o *n.º 8 Espionaje a periodistas*). Son tantos y tan diversos los recursos de contracción dialógica, es tan absoluta la negación de cualquier posibilidad de razón para la tesis contraria, que no coincidir con Diario Extra es traicionar la democracia y, por eso mismo, renunciar a la propia condición de costarricense. Según la TV, esta alta inversión personal del emisor, en este caso del periódico, que (ya sea mediante sus redactores o mediante sus entrevistados) subraya lo absoluto, lo "maniqueo", del

enfrentamiento entre los “espiados” y quienes “espían”, incrementa en el receptor el “riesgo” interpersonal de sostener una postura opuesta.

Lo llamativo es que esa alta inversión personal del emisor con su postura, no se corresponde con una robusta argumentación que la sustente: la argumentación, en teoría, tiene una primera fase de opinión, afirmación o valoración, y una segunda fase de justificación o de demostración. En la mayoría de las noticias analizadas falta esa segunda parte, la demostración. Detrás del rastreo telefónico al periodista Estrada hay un “complot” de las autoridades (políticas y judiciales) contra el periodismo nacional (*n.º 3 Espionaje a periodistas*) o contra Diario Extra en particular (*n.º 2 Espionaje a periodistas*). Una hipótesis explicativa expresada de una forma tan contundente como ayuna de evidencias o, al menos, argumentación que la respalde. A veces se sustituye la argumentación con el abuso de recursos del subsistema “afecto” (emociones negativas dirigidas a “sustentar” emocionalmente la débil hipótesis), intensificados mediante recursos de gradación. En otras ocasiones la “explicación del hecho” consiste, únicamente, en la creación antojadiza de un contexto<sup>355</sup> para el acontecimiento “espionaje”: el proyecto represivo de los gobernantes que, en su momento, se expresó en el intento de aprobación de la “Ley Mordaza” (p. ej. *n.º 1 Espionaje a periodistas*). Esto implica hacer vinculaciones negativas para poner en contexto hechos en principio no relacionados con el caso, pero que, mediante esas conexiones gratuitas, contribuyen a respaldar una hipótesis explicativa (p. ej. *n.º 5 Espionaje a periodistas* o *n.º 10 Espionaje a periodistas*). Una maniobra más es encuadrar el hecho (rastreo telefónico) en un marco tradicional del discurso ideológico periodístico: la función social del periodismo de lucha contra la corrupción gubernamental (p. ej. *n.º 10 Espionaje a periodistas*). Pero lo cierto es que en este caso las filtraciones que motivaron el rastreo telefónico no eran sobre corrupción (ni gubernamental ni judicial) sino sobre una investigación policiaca contra delincuencia común.

Sin perjuicio de lo dicho sobre las fuentes consultadas para que reproduzcan el discurso del periódico, que es dominante en la muestra analizada, hay un único caso (*n.º 5 Espionaje a periodistas*) en el que los entrevistados (dos reputados directores de otros medios) toman alguna distancia con el discurso de Diario Extra. Eso en principio tiene un efecto de expansión dialógica. Sin embargo, los mecanismos de contracción para imponer

---

<sup>355</sup> “Contexto” en el sentido periodístico y de parte estructural de la noticia, no en el sentido de la teoría del contexto de Van Dijk.

la interpretación del medio son tan dominantes que al final frustran cualquier expectativa de apertura para un debate de posiciones contrapuestas ¿Cómo lidia el periódico con esas voces a la hora de construir la noticia? De distintas maneras (más variadas en la muestra anterior sobre la “Ley Mordaza”). En particular en la nota referida, dichas valoraciones disonantes son invisibilizadas de las partes superestructuralmente prominentes (titular, *lead*, entradilla y subtítulos). Además, una estrategia enmarcadora es utilizar, después, oradores “autorizados” o “legítimos”, con el fin de que “corrijan” esas declaraciones (de modo que estas no sean las únicas, principales ni últimas fuentes sobre los acontecimientos). Es lo que permite comprender por qué el periódico, en la página contigua a esa nota, a la derecha, ponga la nota adjunta “Pueblo dice que Poder Judicial actuó mal” (un tipo de nota que, como ya se dijo, en sí misma es un recurso de contracción dialógica, que abunda tanto en la campaña contra la “Ley Mordaza” como en esta sobre “Espionaje a periodistas” y que decidió no someterse a análisis por no ser noticias).

Finalmente, conviene precisar que en esta muestra la creencia dominante es que sobre cualquier restricción legal e incluso constitucional, como el derecho a la intimidad (de los ciudadanos, de los políticos y de las autoridades judiciales), la tutela del honor, la seguridad nacional, la presunción de inocencia, la protección de testigos o la persecución del delito, sobre cualquiera de estas limitaciones a la libertad de expresión e información, se impone la libertad de prensa, reforzada en el caso de Diario Extra, además, por tratarse de “El Periódico del Pueblo”. La resolución de la Sala Constitucional, que tuvo la palabra final en el caso, no les dio la razón en ese aspecto y, por eso, tiene interés repasar brevemente lo que en realidad se resolvió y cómo fue narrado por el periódico: la sentencia es explicada como resultado de que el periódico tenía razón, una razón que los magistrados no han hecho más que constatar. Para Diario Extra fue una “victoria contundente”. Se omite, de esta forma, que el recurso fue declarado “parcialmente con lugar” y que la Sala Constitucional les dio la razón en un punto (rastrear las llamadas de Estrada, que no era la persona investigada por un delito, fue una violación a su derecho a la intimidad que, dada su condición de periodista, además, implicó una violación al derecho de reserva de la fuente) y les concedió una petición (la destrucción de los registros obtenidos del rastreo), pero que declaró sin lugar el recurso respecto de los demás periodistas de Diario Extra (porque no fueron objeto de rastreo como acusaba el periódico) y respecto de la funcionaria investigada, pues sobre ella sí era válido el rastreo por ser objeto de una investigación penal. Omiten, también, que la resolución precisó que

el rastreo a Estrada fue solo en los días que hubo operaciones policiales en relación con el caso de secuestro extorsivo sobre el que se sospechaban las filtraciones (no durante 10 meses como aducía el periódico) y que la sentencia, además, aclaró que colaborar como fuente de un periódico no exime a los funcionarios de su deber respecto de información sobre la que deban guardar confidencialidad, siendo penalmente responsables de transgredir ese deber aunque sea en condición de fuentes periodísticas. Finalmente, la resolución advierte que, dada la naturaleza del tribunal constitucional, el pronunciamiento es general, en abstracto, sobre la base de principios constitucionales, pero que es en la vía jurisdiccional ordinaria donde debe analizarse si en el caso concreto, la funcionaria con su filtración y el periodista con su publicación, pusieron en riesgo la investigación policial del secuestro o a la víctima de este, en cuyo caso, serían penalmente responsables ambos, periodista y funcionaria/fuente<sup>356</sup>.

#### D) Propósito de esas estrategias:

Consideradas las múltiples estrategias empleadas por el periódico, cabe la pregunta de cuáles son sus objetivos, cuál es la finalidad con la que desarrollaron esa extensa e intensa campaña en sus páginas (tradicionalmente dedicadas al amarillismo gráfico y contenido sexual, no a noticias sobre política). La intención expresa del medio fue la defensa, primero, de la libertad de expresión y luego de otros valores menos frecuentemente invocados, como el derecho a la información, la lucha contra la corrupción, la democracia, la privacidad de los ciudadanos frente al Estado y la libertad de prensa (o más específicamente el derecho a la reserva de las fuentes). Una motivación principista que debe cuestionarse.

Que de fondo estuviera la lucha contra la corrupción y a favor de la democracia es cuestionable. La filtración que motivó el rastreo telefónico no era sobre corrupción gubernamental o judicial, sino sobre un caso de delincuencia común. Además, como se explicó en el análisis de las notas referidas a la “Ley Mordaza”, Diario Extra no se

---

<sup>356</sup> En las propias palabras de la Sala Constitucional: “en modo alguno significa que se está afirmando que la publicación concreta en cuestión era de interés público o que no se pudiera haber causado un daño a algunas personas, todos esos aspectos referidos a la responsabilidad concreta del periodista, y del funcionario judicial, si fuere el caso, pueden ser planteadas y examinadas en la vía judicial ordinaria (...) esta Sala no está estableciendo que un periodista o un funcionario judicial tengan inmunidad, ni que el primero no pueda resultar responsable por causar daños por la publicación de una información, ni que el segundo no pueda resultar responsable por divulgar información que está llamado a guardar” (Voto 2014-004035 del 21-3-14).

distingue en el mercado de medios costarricense por su periodismo investigativo. Ninguno de los grandes escándalos de corrupción política denunciados por los medios en Costa Rica, desde la protección que Robert Vesco (prófugo de la justicia estadounidense) recibió del Presidente Figueres a principios de los años setenta, hasta los casos de los dos expresidentes socialcristianos llevados a prisión en 2004, fueron denunciados por Diario Extra, sino por otros medios de comunicación.

Que la motivación sea la preocupación por la libertad de expresión, la de prensa o el derecho a la información, también es cuestionable. Si así fuera, les deberían preocupar más cosas, como la independencia de los periodistas respecto de los poderes económicos o la opacidad de los medios de prensa que facilita las restricciones internas a su autonomía profesional. Las menciones a la independencia de los medios son siempre respecto de los poderes políticos, nunca respecto de los poderes económicos (como si solo los políticos y nunca los empresarios, tuvieran la capacidad de torcer los fines de servicio público del periodismo). En esto se evidencia el proceso de des-diferenciación desarrollado por Hallin y Mancini (2008): los medios han conquistado una independencia creciente respecto de la política pero, a la vez, una dependencia creciente de los grupos económicos, lo cual, sin embargo, parece naturalizado ideológicamente, de modo que no genera reparo alguno. Otro tanto de lo mismo puede decirse sobre el valor “transparencia”, que siempre refiere a las instituciones públicas. Pero la grave opacidad, acusada por Mastrini y Becerra (2009), de las empresas de medios en Centroamérica no se menciona. ¿En qué posición de vulnerabilidad quedan los consumidores de un medio (y los periodistas que trabajan en él) cuando de este no pueden escrutarse ni su situación financiera ni sus dinámicas internas? ¿O cuando, como en Costa Rica, los periodistas carecen de cláusulas de conciencia u organización sindical a lo interno de los medios? ¿No afecta también todo ello la libertad de prensa?

Incluso el informe de RSF referido en la nota *n.º 7 Espionaje a periodistas*, a pesar de sus limitaciones en los aspectos señalados en el párrafo anterior, es más amplio en cuanto a preocupaciones por la libertad de prensa que lo que Diario Extra es. El periódico (al explicar la desmejora en la calificación del país) pasa de largo de los factores en los que la responsabilidad no recae sobre el Gobierno, sino sobre el propio sistema de medios: “pluralismo”, que mide el grado en que las opiniones están representadas en los medios. Nuevamente conviene recordar el estudio de Mastrini y Becerra (2009) respecto del extremadamente concentrado mercado de medios costarricense, o recuperar, nuevamente,

la afirmación de una fuente legitimada por el periódico en una nota previa (parte de la muestra): “el éxito de este medio de comunicación ha sido precisamente darle voz a la denuncia popular, que por lo general no tiene espacio en los latifundios mediáticos” (*n.º 2 Espionaje a periodistas*). Esos condicionantes, que afectan no solo la libertad de prensa sino incluso la de expresión y el derecho a la información de los costarricenses, no parecieran preocuparle al periódico. Igual ocurre con los criterios de RSF sobre “el entorno y la autocensura, basados en hacer un análisis del entorno en que trabajan los periodistas”. No hay en Costa Rica (Carazo, 2015) y suelen echar en falta los periodistas (Canel, Rodríguez y Sánchez, 2000), blindajes que protejan su autonomía profesional frente a las empresas en las que trabajan (principalmente ante los departamentos comerciales de estas).

Otra muestra de que los objetivos de estas publicaciones contra el “Espionaje a Periodistas” y, también, los de la campaña contra la “Ley Mordaza”, no eran los explícitamente declarados, es que tanto la reforma a la Ley de Delitos Informáticos como la resolución sobre el rastreo de llamadas, fueron celebradas por Diario Extra como victorias (con un significativo uso del subsistema “afecto” para expresar júbilo) aunque, en realidad, RSF diga que la reforma a la ley dejó abiertos inconvenientes portillos para la censura (*n.º 7 Espionaje a periodistas*) y aunque la resolución de la Sala Constitucional solo les haya concedido una parte de la razón. Pareciera que en ambos casos era más importante para el periódico la construcción discursiva de una victoria simbólica que el contenido material de esos supuestos triunfos<sup>357</sup>.

Descartadas las principales motivaciones explicitadas por el periódico, queda la pregunta (en relación con la muestra que aquí se analiza) de ¿por qué, entonces, una campaña de estas características? En los textos analizados se aprecian dos propósitos, uno pragmático o económico y otro simbólico.

El objetivo pragmático o económico sí fue, al menos parcialmente (aunque nunca de forma prominente), enunciado: no perder a las fuentes que alimentan a Diario Extra de sus contenidos amarillistas (sobre todo material gráfico). Dada la importancia de la nota

---

<sup>357</sup> Al respecto opera, nuevamente, la maniobra de omitir información con fines manipuladores: “un recurso de amparo, mismo que fue ganado por unanimidad de los Magistrados al darle la razón al Grupo Extra” (*n.º 10 Espionaje a periodistas*). El recurso, en realidad, fue declarado “parcialmente con lugar”, dándoseles la razón a los recurrentes en unos aspectos y negándoseles en otros. Una victoria parcial (que implica una derrota parcial) que, para hacerla parecer total, se relata con un recurso de gradación por foco que la agudiza: “fue ganado por unanimidad”. Sí, el voto fue unánime entre los miembros de la Sala Constitucional, pero fue unánime en darles la razón solo parcialmente.

roja, los contactos del periódico con la policía judicial son de vital importancia: “la idea de ejecutar esta acción, además de hacer respetar los derechos de todos los costarricenses y además de la prensa, pretende que se deseche la evidencia del espionaje, en la cual quedan al desnudo muchas de las fuentes de información que DIARIO EXTRA utiliza para hacer publicaciones de interés público” (*n.º 3 Espionaje a periodistas*). Ello sugiere un trasfondo más pragmático y económico al conflicto, que el principista y de valores democráticos que dominan el discurso explícito en los textos. Diario Extra es un periódico caracterizado por dos tipos de contenido: el erótico-sexista, con fotos de mujeres en prácticamente todas sus portadas o a lo interno de sus páginas, y la crónica roja, acompañada de contenido gráfico explícito de heridos o fallecidos en formas violentas, captadas en la propia escena del crimen o de los accidentes. Siendo entonces los sucesos criminosos o accidentales uno de los dos materiales principales de que se alimenta el medio y siendo ese, precisamente, su principal reclamo comercial, es comprensible que una acción de las autoridades policiales y judicial-penales dirigida a cortar sus contactos a lo interno de las instituciones encargadas de atender esos casos, represente una grave amenaza a sus intereses. Esto porque para la obtención de ese tipo de fotografías se requiere la colaboración (¿remunerada?) de autoridades judiciales y policiales<sup>358</sup>.

Por cierto que, considerado lo anterior, es llamativo que a lo largo de todas las publicaciones no se abriera el espacio a la discusión sobre las dimensiones ético-profesionales e incluso legales que rodean el tema de las fuentes anónimas y las filtraciones. Es algo que aun prestigiosos periodistas reconocen y censuran: “‘Según nuestras fuentes’: esas tres palabras deberían prohibirse. Los lectores piensan que estamos jugando sucio, y casi siempre están en lo cierto” (Bradlee, 2000: 427). Bassets (2013), por su parte, reconoce que la historia del periodismo abunda en casos de tráfico de influencias, sobornos y pagos por información, así como de supuestas fuentes secretas utilizadas para la manipulación y la mentira. Igual Cebrián (2009), que lo califica de frecuente, o Randall (2008), que habla incluso de un mercado con vendedores profesionales de información.

El otro objetivo, el simbólico, es la legitimación propia. Legitimarse como medio de prensa deslegitimando a las autoridades públicas. Y en este segundo propósito debe

---

<sup>358</sup> Es también plausible que sean ese tipo de fotografías (por las cuales Diario Extra ha sido acusado y criticado en múltiples ocasiones por los familiares de las personas retratadas y por distintas instituciones públicas y privadas, incluido el Colegio de Periodistas) las que estén detrás de la fuerte anticipación heteroglósica: “aquí todos trabajamos honradamente” (*n.º 6 Espionaje a periodistas*).



advertirse, nuevamente, la sorprendente similitud con las estrategias y recursos empleados en las publicaciones contra la “Ley Mordaza”. Es, este sí, un propósito no explicitado, completamente oculto. ¿Cómo lo hacen? Siguiendo el cuadrado ideológico de Van Dijk, enfatizan lo positivo propio y atenúan (en realidad ni siquiera mencionan) lo negativo propio, al tiempo que enfatizan lo negativo de las autoridades judiciales y atenúan (en realidad invisibilizan) lo positivo de esas autoridades. Los énfasis más desarrollados, además, son en lo que los periodistas hacen, su contribución a la sociedad, y en lo que las autoridades judiciales pretenden, sus reales intenciones alejadas de sus palabras. Y como también ya se desarrolló en el acápite B de este apartado, los vicios de unos se corresponden con las virtudes de los otros. El resultado es una representación polarizada que eclipsa una realidad más compleja, de muchos matices.

El retrato construido es el de un mundo en el que no hay alianzas entre autoridades judiciales (coludidas además con los políticos) y los periodistas, sino una oposición absoluta. En la práctica, las dinámicas de relación son muy distintas. Es emblemático el caso *Mani pulite* en Italia sobre la alianza que desde la judicatura se establece con la prensa para enfrentar a los políticos (Maravall, 2003). Mazzoleni (2010: 75) lo llama el “circuito mediático – judicial”. En Costa Rica, los dos expresidentes encarcelados tras los escándalos periodísticos de 2004, además de agradecer a Grupo Extra su apoyo, acusaron una alianza (incluso delictiva) entre los medios que lideraron las publicaciones en su contra (Telenoticias de Canal 7 y el periódico La Nación) y las autoridades judiciales (Rodríguez, 2006 y Bejarano, 2012). Aun así, en la muestra analizada Diario Extra construye un enfrentamiento de políticos y autoridades judiciales contra periodistas y medios, en dos bloques homogéneos a lo interno y esencialmente distintos entre sí. Esto sugiere que el discurso periodístico deslegitimador (del otro) / legitimador (de sí), no es solo contra los políticos en sentido estricto, sino, en general, contra las autoridades públicas, esto es, contra las personas con responsabilidades políticas en general, incluidas las judiciales. Es muy llamativo que, en el caso del rastreo telefónico, achaquen la responsabilidad por la acción de unas autoridades judiciales a los políticos en general, pues todos los políticos, incluida la propia Presidenta de la República, lo condenaron de inmediato y sin ambigüedad. Aún más, mientras las autoridades judiciales salieron en defensa de los medios (de forma efectiva) cuando algunos políticos aprobaron la Ley de Delitos Informáticos (primera muestra), en esta segunda muestra, que la afrenta a un periodista provino del Poder Judicial, los políticos respaldaron unánimemente a la prensa.

En el primer caso, las autoridades judiciales (como el Fiscal General o un Magistrado penal) no escatimaron críticas contra los políticos. En este, los políticos hicieron declaraciones muy severas contra las autoridades del Poder Judicial responsables por lo ocurrido. Nada de eso impide el relato de que todos, políticos profesionales y autoridades judiciales, forman una especie de alianza de intereses comunes y hostil a los medios de prensa.

Paralelamente, está la legitimación de los periodistas, que, en este conjunto de noticias (más incluso que en el de la campaña contra la “Ley Mordaza”), gira en torno a su relación sinecdótica con la democracia. El ejercicio de la libertad de prensa es la democracia y las lesiones a esa libertad pública implican el arribo de la dictadura. Es tan estrecha la relación entre democracia y prensa, que la “coacción” a esta implica la inexistencia de aquella. El rastreo de llamadas aplicado al periodista Estrada es construido como una coacción en su contra, más aún, como una coacción general al periódico, más aún incluso, a toda la prensa nacional. El rastreo telefónico a Estrada se presenta, así, como un caso revelador de una estrategia general de hostigamiento a la prensa. Nada de ello tiene el menor sustento probatorio. Ni una sola nota se esfuerza en argumentarlo siquiera. Pero incluso en el supuesto de que hubiera una política hostil hacia los medios de prensa en Costa Rica (no coherente con las inmejorables calificaciones que sobre la materia recibe el país en los informes de RSF), según los estándares internacionales ello supondría una disminución en la calidad de la democracia, pero de ningún modo la inexistencia de esta, ni la configuración de una dictadura. Mayor legitimación es imposible: vocera popular y encarnación de la democracia.

El análisis, al igual que en la muestra anterior, quedaría incompleto si se quedara ahí. Porque también en estos textos hay algo más. Algo más sutil e interesante (para las interrogantes que animan esta investigación) que permite evidenciar la TV de Martin y White y el ACD de Van Dijk. Es la intención del periódico de conseguir la solidaridad de sus lectores. Son sus estrategias para “naturalizar” sus posiciones y hacerlas pasar como de sentido común. Es la finalidad oculta de lograr que la ciudadanía valore a las autoridades públicas en general como el periódico las valora, para que así valoren a los periodistas como Diario Extra quiere ser valorado. Ese es el tema de fondo de la campaña de Diario Extra “Espionaje a periodistas”. Así se aprecia si se considera la macroestructura semántica, que son explicaciones teóricas de significados globales, temas o asuntos del texto. Proporcionan su coherencia global y no hace falta que las

expresen las oraciones específicas del texto (aunque en las piezas analizadas aparecen afirmaciones explícitas en ese sentido) pues durante la interpretación se infieren de las proposiciones expresadas por el texto. Es una definición formal de lo que es importante para el texto como un todo y por consiguiente para las intenciones comunicativas del periodista o del periódico.

De modo que los objetivos del periódico van más allá, trascienden la protección de los canales por los que alimentan su oferta gráfica amarillista y la reproducción de una representación polarizada periodistas/autoridades que los legitima. Apuntan, en último término, a la construcción de una alianza entre la prensa y la ciudadanía. Una alianza cimentada en la convergencia de intereses, valores y perspectivas. Al respecto, la TV permite comprender el modo en que los medios construyen “contacto valorativo” o ideológico con sus públicos. De ahí la importancia de analizar el modo en que las posiciones valorativas transmitidas por un producto periodístico se construyen como más o menos compatibles, convergentes o en simpatía, con las posiciones que anticipan en sus audiencias. A continuación, algunos ejemplos de cómo lo hacen, varios de los cuales ya fueron reseñados a propósito de los mecanismos de manipulación sobre la memoria de largo plazo (incluidos los de contracción dialógica que caracterizan el argumentario de las piezas), pues es precisamente a través de estos que se consigue el objetivo ulterior (naturalizar y solidarizar) de la campaña.

La estrategia para pedirle a los lectores su solidaridad consistió, primero, en no pedirla expresamente, sino en mostrar cómo otros brindaban apoyo al medio. Pero cuando la solidaridad sí se pidió explícitamente, no la pidió directamente el medio, sino un vocero (legitimado por el medio) ajeno a este. En cualquier caso, cuando se hizo un llamado a solidarizarse con Diario Extra (tácito o no), no fue invocando los intereses del medio como empresa ni los de los periodistas como gremio, sino los de aquellos a los que se les estaba pidiendo solidaridad: los costarricenses. Y finalmente, aunque fuera ese llamado el tema principal de casi todas las “noticias”, en las partes superestructuralmente prominentes de estas no se advirtió que de eso trataba el texto, de pedirles su solidaridad a los lectores. Es comprensible: decirles “luchamos por la libertad de prensa” era decirles “luchamos por nosotros”; en cambio, decirles “luchamos por la libertad de expresión” (o la democracia, el derecho a la información o contra la corrupción) es decirles “luchamos por ustedes”. Por eso “apóyenos, pues al defendernos no defiende nuestros intereses sino los suyos”. Un elemento de la ideología periodística es su autopercepción como

profesionales que prestan un servicio de interés público y la creencia de que su libertad es un bien público, que defienden a la ciudadanía frente a los poderosos y que la democracia depende de que puedan ejercer su trabajo de forma libre. Esa asociación ya comentada libertad de prensa - democracia hace que el respaldo a Diario Extra, en Costa Rica, pueda ser presentado como una actitud casi identitaria.

Corolario de lo anterior es la inclusión de la ciudadanía en esa representación polarizada periodistas / “políticos”. En esa polaridad que, en principio, pareciera solo incumbir a los dos grupos profesionales, se incluye a la ciudadanía (beneficiaria principal del trabajo valiente y arriesgado de los periodistas), de modo que la prensa y la ciudadanía forman un solo bloque, el pueblo bueno y homogéneo, a lo interno del cual no hay conflictos ni intereses contrapuestos (lo único que el pueblo siente hacia la prensa es confianza y gratitud (*n.º 3 Espionaje a periodistas*). Enfrente, las autoridades, las judiciales pero también (sorprendentemente) las políticas (bloque también homogéneo) opresoras del pueblo (periodistas incluidos) y sus libertades.

En relación con ese relato de opresión, adquiere especial relevancia el uso intensivo de los recursos de valoración mediante el subsistema “afecto”. Emociones negativas dirigidas a reforzar la “conexión empática” con los lectores (fundamental para la solidaridad de estos con el medio). Algunos son sentimientos generales (conmoción, zozobra, vulnerabilidad, opresión, tristeza, pérdida de la intimidad y de la libertad, sentimiento de deterioro y vergüenza ante el mundo). Otros son directamente hacia las autoridades (temor, desconfianza, indignación y repudio). Hacia el periódico se trasladan emociones de aprecio, gratitud y confianza, incluso explícitamente: “El DIARIO EXTRA, es un medio de comunicación que goza del aprecio del pueblo” (*n.º 4 Espionaje a periodistas*).

Desde luego, hay más estrategias de naturalización de valoraciones. Como ya se dijo a propósito de la manipulación de la memoria de largo plazo, una maniobra es dar forma de noticia a lo que, en realidad, es un artículo de opinión. Facilita que el lector incluya en el modelo de acontecimiento que construye sobre el hecho (rastreo) la opinión que sobre este tiene el redactor de la nota o su fuente consultada. En otras ocasiones (p. ej. *n.º 6 Espionaje a periodistas*), toda la nota está compuesta por reacciones, reacciones ejemplares en el sentido de que se presentan como representativas de todo un sector y modélicas del razonamiento y comportamiento a seguir por los lectores del periódico. Otro mecanismo es el de suprimir información que pueda distanciar al medio de sus

lectores y de sus entrevistados (al menos de aquellos en cuya boca reproducirán sus macroproposiciones ideológicas). Tales omisiones se complementan con la insistente exposición de personas “comunes y corrientes”, de “ciudadanos de la calle”, transeúntes en fin (identificados como “el pueblo” o “Costa Rica”), opinando a favor del periódico y en contra de las autoridades judiciales. Esto, que no es más que un mecanismo de contracción dialógica, tiene como finalidad mostrar que el pueblo respalda a la prensa, que todos aprecian el trabajo que hace, y que la sociedad en general valora a los “políticos” en términos similares a los de Diario Extra.

Dos ejemplos más: primero, el uso de la “predicción” (parte estructural de la noticia), no con fines analíticos sino argumentativos. En ese caso la predicción (incluidas las catastrofistas sobre la deriva autoritaria y el fin de la democracia y las libertades públicas en Costa Rica<sup>359</sup>) desempeña el papel de argumento sobre los efectos del acontecimiento y dicho argumento sobre los efectos es, a su vez, la justificación de la solidaridad (p. ej. *n.º 6 Espionaje a periodistas*). Y segundo, la especificación de valores. Los valores de los periodistas (y de la mayoría de los grupos) no son exclusivos de ellos. Lo que sí les es propia es la especificación de estos. Ese proceso por el que un valor es seleccionado e incorporado a una ideología se orienta en función de los intereses del grupo. Ello, claro, puede ser también parte de un proceso de manipulación: se priorizan determinados valores y se especifican de acuerdo a los intereses de quienes manipulan, haciendo creer a los manipulados que son sus intereses o que son los intereses de “todos” (y no los de los manipuladores) los que se están defendiendo. Es el caso, en la muestra, del derecho a la privacidad o a la intimidad. No es la privacidad o intimidad de todos la que están defendiendo (como Diario Extra pretende hacer creer a sus lectores), sino la de sus periodistas cuyo trabajo, constantemente, implica una violación de la privacidad de los políticos, de los personajes de la farándula y de los fallecidos y accidentados de forma violenta.

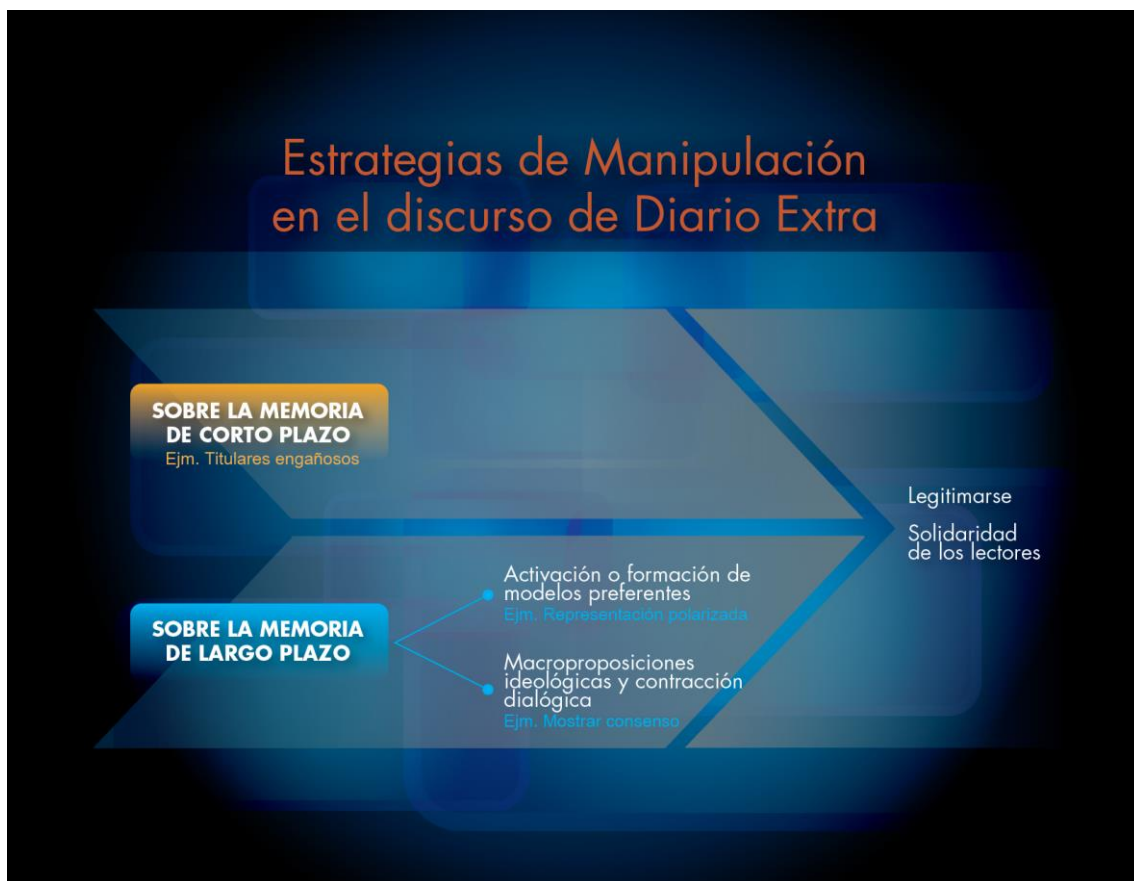
Aunque parezca caricaturesco, es como si Diario Extra dijera: “costarricenses, solidarícense con nosotros frente a esta violación de la privacidad de nuestras comunicaciones... pues es gracias a esas comunicaciones que podemos violar su privacidad”. Interviene aquí, junto a la voluntad de manipular, el hecho de que el

---

<sup>359</sup> Ejemplo de esto es la nota *n.º 7 Espionaje a periodistas*, de 2014, en la que se advertía que el país bajaría más en el ranking de RSF por culpa del caso de “espionaje”. Ello no ocurrió: en el informe de 2015 Costa Rica ascendió al lugar 15º y en el informe del 2016 alcanzó el 6º, siendo superada solamente por Finlandia, Países Bajos, Noruega, Dinamarca y Nueva Zelanda.

“dominio” es una dimensión fundamental de los modelos de contexto y los periodistas, en el dominio de los medios, tienen como principio ideológico importante que el Estado, bajo ninguna “excusa”, debería limitar la libertad de prensa. Así, esa libertad se coloca por encima de las normas legales, de los derechos de otras personas. Cuando una libertad no es solo (ni principalmente) la de un individuo, sino la de una institución, cámara o corporación, implica poder y debe recordarse que el ejercicio de más poder por parte de un grupo usualmente conlleva la limitación de la libertad para el otro grupo, con lo cual los reclamos ideológicos de libertad, como la libertad de prensa, son normalmente reclamos de poder (de más poder sobre otros).

#### Infografía 5



#### 4. ¡A VIVA VOZ! ENTREVISTAS SOBRE EL OBJETO DE ESTUDIO

Esta investigación ha procurado comprender su objeto con base en distintos esquemas teóricos y metodológicos. Lo teorizado sobre las relaciones entre periodismo y

política, sobre animadversión a la política, sobre reproducción del discurso ideológico y sobre mecanismos lingüísticos de valoración, ha sido puesto a prueba en tres *corpora* (dos de Diario Extra y uno de Telenoticias), con resultados, en general, coincidentes. Este último apartado pretende ahora triangular esos resultados. Acercarse al fenómeno desde otra perspectiva y con otro método. Desde otra perspectiva porque no se examinan productos periodísticos elaborados en el marco institucional de los medios de comunicación (es decir, ni noticias ni editoriales). Lo que se examinan son (principalmente) opiniones personales de los periodistas. Y con otro método, porque no se someten a un riguroso análisis de discurso, sino a unas más flexibles (y focalizadas en los asuntos que interesan a la investigación) entrevistas en profundidad (que sea ese el objetivo de este apartado, por cierto, explica el abordaje fragmentario de los distintos temas, respecto de los cuales no se aspira a profundizar sino a triangular lo ya desarrollado en los capítulos precedentes).

Aunado a lo anterior, para enriquecer más esta otra perspectiva, se entrevista también a políticos y a altas autoridades públicas. No solo interesa ahondar en la conciencia de rol de los periodistas (y en el que asignan a los medios), sino también sondear la percepción que de estos profesionales e instituciones tienen los políticos. Ya Van Dijk (1999) advertía que la mejor comprensión de la identidad social de un grupo requería considerar, también, la forma en la que se le definía desde afuera, incluidos los grupos con los que mantiene una relación de conflicto. En total son 32 entrevistas mertonianas hechas específicamente para esta investigación (cuya calidad, verificable en los archivos de audio en el CD de anexos, estriba en el grado de espontaneidad, especificación y relevancia de la información dada por la mayoría de los entrevistados<sup>360</sup>), complementadas con unas pocas entrevistas u opiniones ofrecidas por estos mismos actores en distintas publicaciones.

Finalmente, se ponen en diálogo con las anteriores, 10 entrevistas académicas realizadas a investigadores costarricenses y españoles (la justificación de su escogencia, al igual que la de los 32 entrevistados en profundidad, está en el capítulo IV). Estas, además de que ayudaron a perfilar mejor los elementos del diseño de la investigación, también permiten una triangulación teórica de los resultados. Aparte, como es obvio, de

---

<sup>360</sup> Por razones de espacio, ciertamente lo que puede citarse en este informe es una muy pequeña muestra de unas pocas de esas entrevistas que, en su conjunto, constituyen un valioso acervo lamentablemente subutilizado debido al papel que en el diseño de la investigación desempeña esta técnica y este material.

las citas tomadas de publicaciones, solo las opiniones de estos 10 académicos se identifican, en el informe que a continuación se presenta, con sus nombres y apellidos. Dado que la mayoría de los entrevistados en profundidad condicionó su colaboración a que su contenido fuera confidencial (excepto para los directores de la tesis y miembros del tribunal examinador) y que su eventual reproducción fuera anónima, a cada informante se le ha asignado un código con el que, de ser necesario, se le citará o referirá, velando así su identidad en el cuerpo de la tesis. El código se compone de un PAP (y un consecutivo del 1 al 16) en el caso de los políticos y autoridades públicas, y de un PE (acompañado de un consecutivo del 1 al 16) en el caso de los periodistas. Para información de los directores de la tesis y de los miembros del tribunal examinador, cada código aparece asignado a un nombre y apellido específico en el CD de anexos. Por las mismas razones, en las citas de esas entrevistas en profundidad, cuando sea imprescindible para velar la identidad de quien hace la declaración, las referencias a medios o personas concretas serán sustituidas por una X y todas las fuentes se presentarán en forma masculina.

La impresión tras cada encuentro y ahora tras escuchar nuevamente el conjunto de las grabaciones es que las concepciones que los periodistas costarricenses tienen de su oficio y de los políticos, así como la que tienen los políticos costarricenses sobre los periodistas, están atravesadas por fuertes tensiones. Contradicciones internas de los discursos entre lo ideal y normativo, por un lado, y la praxis real, por el otro, y entre el discurso público y el que se sabe protegido por el velo del anonimato.

#### A) La naturaleza del oficio periodístico:

La primera de estas tensiones gira en torno a la **naturaleza del oficio**. La respuesta “de libro” según la cual el periodismo es un servicio público prestado por empresas privadas comerciales, no tiene una fácil traducción práctica. Todos los periodistas entrevistados coinciden en calificar su trabajo como un “*servicio público*”, pero, a la vez, la mayoría considera que el desarrollo del mismo se ve alterado (algunos dirán que incluso determinado) por su inserción en un modelo de negocio. Esto pareciera angustiarlos. PE10 dice que la separación entre lo comercial y lo editorial a lo interno de los medios ya no existe: “*ha eliminado las famosas rayas (...) que dividían entre lo que era la redacción y la parte comercial (...) la cuestión de mercadeo o venta publicitaria (...) se borró esa línea (...) hay mayor interés porque sea un negocio y menor interés por que responda a*



*principios o fines o ideas periodísticas exclusivamente*". Roxana Zúñiga, directora del telediarario Noticias Repretel, reclama: *"Las empresas tienen una responsabilidad social, no puede vivirse como una mera caja registradora (...) el gran cáncer en este momento es que te exigen niveles de sintonía que es lo que te permite conseguir anuncios. Eso te lleva a brincarte a veces las reglas que todos sabemos, pero el buscar una sintonía hace que esto se vuelva una carrera de caballos"*. Luego confiesa: *"Tengo la aprensión moral de que la cámara escondida no es ética. En el fondo de mi corazón, sé que eso no es ético, y cada vez que hacemos un trabajo de cámara escondida me siento mal éticamente. Sin embargo, la tendencia actual de la televisión acá, es su utilización y volvemos al eterno conflicto. Eso te da rating, te da mejores resultados, y a vos te miden por resultados, aunque en el fondo, cada vez que sale un trabajo de cámara escondida, siento que estamos ante un horror de la ética"* (Fonseca, 2001: 248-251).

Lo que esas palabras traslucen, además, es el problema de la **autonomía periodística**, apreciada por todos los periodistas entrevistados. Una parte de ellos la consideran garantizada (p. ej. PE1, PE2 y PE5). Parecieran considerar amenazante para su independencia profesional la injerencia política pero no la de los dueños de los medios o los anunciantes. Otra parte de los profesionales, en cambio, valoran disminuida o amenazada su autonomía: PE9 reconoce que *"la autocensura es muy fuerte, es decir los periodistas, un periodista se encuentra con que el principal accionista del medio donde trabaja está involucrado en una cosa así y probablemente hay buenas posibilidades de que ni siquiera le interese investigarlo y menos contarlo internamente y bueno si eso llega y si el periodista decide hacerlo muchas organizaciones periodísticas pues tienen métodos solapados de censura o abiertos incluso que jamás permitirían que se publique una cosa como esa"*.

Del lado político el panorama es distinto. La gran mayoría de los políticos consideran que los periodistas no son independientes de los dueños de los medios y lo censuran, pero, a la vez, al menos en muchos de ellos, esa autonomía profesional no pareciera ser valorada como positiva. Un ejemplo es Otto Guevara, líder libertario consistente en su defensa de la libertad de prensa como libertad de las empresas periodísticas pero, a la luz de estas declaraciones, no de la autonomía profesional de los propios periodistas: siendo candidato presidencial, acusó a un periódico de ser *"un medio parcializado"*, de *"ponerse la camiseta de doña Laura Chinchilla"*. Lo relevante aquí no es la acusación en sí misma, sino los principios que defiende al expresarla: *"El capital de*

*accionistas... están metidos en la campaña de doña Laura, entonces la utilización de un medio para levantar a una candidata y socavar al rival... bueno yo respeto, respeto profundamente el derecho de hacer eso”* (Cambronero, 2010). Un respeto que, evidentemente, privilegia la propiedad privada de los dueños del medio por encima de la autonomía profesional de sus empleados periodistas. Más explícita es la postura de PAP8: *“La Nación era muy poderosa, era cuando alguien mandaba en La Nación (...) hoy no manda nadie ahí, es una anarquía, los periodistas publican lo que les dé la gana, es decir, el jefe de la junta directiva de La Nación es un carajo que vive jugando golf, ese no manda ahí (...) en aquellos tiempos sí, tanto don Manuel Jiménez como don Jaime Solera {propietarios del medio}, le decían a los periodistas qué es lo que ellos querían que se dijera”*. Según Constantino Urcuyo este es un reclamo y un error muy extendido entre los principales políticos costarricenses: creen que manteniendo buenas relaciones con los dueños de los medios, incluso satisfaciéndolos en temas para ellos importantes, van a asegurarse una cobertura periodística amable, ignorando que, al menos en grandes medios, los dueños no ejercen un control cotidiano sobre el trabajo de sus periodistas.

Estrechamente ligado con el tema de la autonomía profesional está el de la **precarización laboral**. Consultado PE9 sobre la inexistencia de sindicatos de periodistas a lo interno de los medios, contesta: *“creo que hasta bromas se hacían, es una cosa que los periodistas ciertamente ven casi como imposible de hacer porque pierden su trabajo”* (algo de lo que también están seguros PE3 y PE7). Un trabajo sometido a jornadas extenuantes y no bien remuneradas: dice la ya citada Roxana Zúñiga que *“el periodista está (...) mal pagado”* (Fonseca, 2001: 247), y PE9 confirma que deben *“ir a trabajar por un salario de hambre porque realmente los salarios son muy malos, como son muy pocos los medios”*. Esta última causa explicativa, pone sobre el tapete otra arista importante del fenómeno: la **concentración de la propiedad de los medios**. Es algo que preocupa a la gran mayoría de políticos, no por la acumulación de poder que entraña (no la mencionan), sino por las restricciones a la pluralidad. Incluso uno ideológicamente adverso a la intervención del Estado en el mercado, PAP16, explica: *“no tenemos muchos medios de comunicación en Costa Rica, eso tal vez es una lástima”* y señala que, tratándose de la distribución del espectro radioeléctrico, *“ahí podría uno pensar que el Estado podría, en aras del interés público y de promover una mayor competencia, poner algunas barreras a la concentración de frecuencias”*. Entre los periodistas mayoritariamente (aunque no de forma tan acentuada como entre los políticos) también

se valora como negativa la concentración, aunque los hay que le restan importancia, como PE2, bajo el argumento de que las alternativas abiertas por la Internet relativizan las consecuencias de esa concentración. Entre los académicos costarricenses la mayor preocupación al respecto la expresa Hugo Picado, que subraya la uniformidad ideológica (neoliberal en lo económico y conservadora en lo social) de todos los medios hegemónicos del país, “*sin que haya el contrapeso*” usual en los sistemas mediáticos de otros países.

Por otro lado, también es apreciable una tensión sobre la **finalidad de su trabajo**. Es decir, hay periodistas que creen que su objetivo es la búsqueda de la verdad, otros que creen que es la defensa de una causa (la defensa de la democracia o de la justicia, por ejemplo), otros creen que su rol es ser la “voz del pueblo” y la mayoría piensan que es todo eso a la vez, sin que parezcan ser conscientes de las contradicciones que tal cosa implica. A continuación, algunos ejemplos e implicaciones de esas distintas concepciones.

Primero están los que, dentro del paradigma profesional, dicen que su objetivo es la búsqueda de la verdad. Defienden un periodismo aséptico, cuya relación con la información es esencialmente distinta a la que los políticos tienen con ella. Ulibarri (2009a: 324-328) dice que la de los políticos es una “*comunicación para persuadir (...) para ellos la información es, básicamente, un instrumento de impulso y promoción propia (...) comunicar para los políticos no es un ejercicio neutro (...) es un arma, una herramienta de lucha*”. En cambio para el ciudadano “*la información sobre política no es una herramienta para persuadir a los demás sino un insumo esencial para tomar decisiones*”, y la de los periodistas es una “*comunicación para iluminar*” ese proceso decisorio. Eso, claro, ubicaría a la ciudadanía y a los medios en una coincidencia de intereses, alejados de los que animan a los políticos: “*no tengo duda, los periodistas y los medios somos parte de la sociedad civil no de la sociedad política*”. Tanto el ciudadano como el periodista imaginados por Ulibarri parecieran carecer de cualquier otro interés distinto al de querer saber la verdad. Y ni uno ni otro aspiran a persuadir a sus semejantes, menos a engañarlos. En las entrevistas en profundidad, en cambio, aun los periodistas que suscriben este paradigma lo hacen de forma confusa. Por ejemplo, PE9 proclama: “*yo realmente tengo una convicción pues bastante fuerte en la contribución del periodismo a formar una mejor sociedad aunque en el sentido estricto la misión del periodista no es hacer un mejor país, la misión del periodista es decir la verdad. Punto*”.

Dicha antropología optimista, según la cual las personas lo que quieren (y por lo que están dispuestas a pagar) es por saber la verdad, está en la base del “círculo virtuoso” con el que discursivamente se ha pretendido resolver la tensión entre periodismo (servicio público) y medios (empresa comercial): entre más respete un medio su veracidad y objetividad, más apreciado será por el público y mayores serán sus ventas, con lo cual la finalidad profesional y la comercial son armónicas. Así, cuando al veterano periodista Guillermo Fernández su entrevistador le pide un consejo para los propietarios de medios, contesta: *“Que entiendan que la mejor forma en que un Director puede ayudar en el negocio es haciendo un buen producto y que lo mejor que puede hacer él es otorgarle la mayor confianza y libertad”* (Fonseca, 2001: 53). En el mismo sentido, Ulibarri (2009a: 328) sentencia: *“ganar, con una adecuada conducta periodística, una mayor legitimidad pública (...) e incluso éxito empresarial”*.

En cierta forma relacionada con esa valoración de “la verdad” y de la transparencia (otro valor recurrentemente invocado por los periodistas), está una actitud gremial ante la ley según la cual el respeto a ciertas limitaciones al acceso a la información (secretos de Estado, confidencialidad del sumario, derecho a la intimidad) y a la libertad de expresión y prensa (vedas electorales, delitos contra el honor) queda subordinado a los valores “supremos” de libertad de expresión, prensa y transparencia. Consultado sobre si considera válido éticamente publicar encuestas durante la veda electoral (jornada de reflexión) a pesar de que ello esté prohibido por la ley, PE10 dice: *“sí, sí, y viera que me alegra que me haya hecho esta pregunta (...) porque precisamente ese es un ejemplo (...) de algo incorrecto que sigue manteniéndose porque usted y yo sabemos que si usted y yo o quienes tengan recursos para contratar una encuesta van a tener acceso no a una, a las encuestas que quieran en el momento que quieran (...) vamos a tener acceso a la información de las encuestas que queramos hacer (...) es a la mayoría de las personas a las que se les está prohibiendo no tener acceso a determinada hora”*. En el mismo sentido, preguntado PE9 sobre si es ético y legal violar el secreto del sumario (bajo el riesgo de que la aún no adoptada decisión del juez se vea condicionada), contesta: *“cuando hablamos de libertad de expresión y lo que significa el acceso a la información pública y la valoración de ese derecho con otros como el de la privacidad, yo creo que hay hechos de interés público que merecen, donde el acceso a la información pues debe ser total. Yo entiendo que hay limitaciones concretas que derivan de legislación y doctrina para el acceso de esas piezas de información (...) y además le puedo ampliar la*

*lista porque no solo tuvimos acceso a documentos que digamos estaban protegidos por el secreto del sumario sino también a información bancaria que también, que también está protegida y es confidencial, a información tributaria y creo que el único velo que no, ¡ah bueno! y eclesiástica también. Ahora el tema no es satanizar el acceso a esa información sino qué se hace con ella”.*

En cambio otros periodistas (o los mismos pero en otros momentos), con una concepción más “militante” de su oficio, otorgan una mayor prioridad a la defensa de determinadas “causas” por encima de la sola búsqueda de una verdad objetiva. Por ejemplo, Giannina Segnini apunta como norte de su trabajo *“que de verdad cambie el lugar donde vivimos, el país, la democracia”* y luego menciona la desigualdad social como una lucha para ella prioritaria (Segnini, 2014). En la misma línea, el ya citado Guillermo Fernández sentencia: *“Todo periodista, quien de verdad es periodista, trae mucho de redentor, de luchador, de defensor natural de los derechos de los ciudadanos. Y esto –en gran medida– distingue al periodista de otros profesionales”* (Fonseca, 2001: 41). Un ejemplo más es el del Director de La Nación, Armando González, en la medida en que uno de los políticos entrevistados haya sido preciso en su relato: *“yo prácticamente no existo para La Nación”* pero, aun así, *“yo le di a Armando la información sobre los salarios públicos, salarios en el sector público, tuve reunión con él para darle toda la información y ahí fue, ese es el único momento donde en toda mi carrera como político que son ya 20 años, que he tenido una relación armónica con La Nación, fue en ese período de dos meses, tres meses donde La Nación se montó en toda la información que yo había recabado y para, para, sacarla, sin darme mucho crédito a mí, pero no importa, lo importante era que sacara la información (...) ha tomado una cruzada personal me dijo lo del salario del sector público y quiere él como que ya está viendo su salida en algún momento y quiere por lo menos ayudar a formar la opinión pública o influenciar la opinión pública para que se den cambios en el tema de la remuneración de los empleados en el sector público”* (PAP16).

La tercera gran tradición sobre la finalidad u objetivo del periodismo es la de quienes lo ven como la institución llamada a darle voz a la sociedad civil o, de forma más dramática, a “los sin voz”. En ese caso, antes que buscador de la verdad o luchador por una causa específica, el periodista es “voz del pueblo”. Una autopresentación evidente en los mismos nombres acuñados por los medios costarricenses. El nombre del programa radiofónico más escuchado, “Nuestra Voz”; el del periódico más importante, “La

Nación”; los eslóganes de los dos principales telediaros, “Siempre con usted” (Telenoticias), “De su lado” (Noticias Repretel); o el del segundo periódico más leído “El Periódico del Pueblo” (Diario Extra). Una concepción verbalizada incluso en las entrevistas: PE7 justifica un sesgo en cuanto a las fuentes de un medio aduciendo que “*es que el Grupo Extra, para hablar concretamente de Diario Extra, es el periódico que es del pueblo*”. Claro que en la mayoría de los casos no se llega a ese nivel de explicitud, pero la creencia básica es esa. Según María Santos los periodistas se presentan “*como la encarnación de la opinión pública*”, de modo que la mención de esta los legitima y refuerza su argumento. Para Félix Ortega, esta es una forma de populismo propia de sociedades con fuerte tradición democrática, en las que no resulta efectiva la apelación al pueblo. Es decir, como en esas sociedades suele verse con recelo la apelación al pueblo, para legitimarse se invoca la opinión pública.

Lo anterior tiene sus consecuencias. Una es el conformismo, ya de todas formas impuesto por intereses comerciales. María Santos lo llama la “*dictadura de la audiencia*” y “*marketing redaccional*”, que ha modificado la labor periodística obligando a evitar desacuerdos con los telespectadores, lectores y radioescuchas. La razón es sencilla. Ser su voz significa representarlos y como se trata de una representación no sustentada política ni jurídicamente, debe enfatizar la afinidad o, incluso, identidad representante-representados. Según Joan Botella, jugar de representantes populares es más propio de los periodistas que de los dueños de los medios (que más bien apuestan a influir por otras vías). Los políticos entrevistados, sobre todo los conservadores, lo ven igual. El periodista se representa como “*el que le canta las cuarenta a los políticos*” en nombre del pueblo. Un pueblo victimizado (esquema antipolítica “buen ciudadano/mal señor”, expresado ya en el “Cantar del mío Cid”) que, sigue Joan Botella, para poder conformar un *Nosotros* con el periodista, requiere estar desconflictuado y homogenizado. María Santos matiza que ello depende, también, del origen social del periodista: los que vienen de familia acomodada tienden a ser más consensuales y los que vienen de familia de capas medias y bajas tienen una visión más de *watchdog*.

También relacionado de forma parcial con lo anterior, está el principio según el cual los periodistas dicen **seleccionar lo noticiable**. Es muy llamativo que la gran mayoría de los entrevistados expresen lo que a todas luces son dos principios contradictorios: los periodistas (encargados de la noticia política, se sobreentiende) reflejan la realidad, por un lado, y los periodistas informan lo que el poder no quiere que

se sepa, por el otro. La mayoría de los periodistas, por ejemplo PE9 y PE2, subrayan que “noticia” es solo lo que alguien no quiere que se sepa y que eso los diferencia como profesionales de los relacionistas públicos o los publicistas. Sin entrar a discutir lo lejos que está eso de unas emisiones noticiosas abundantes en publrreportajes, solo a nivel teórico ¿cómo podría ello ser armónico con la aspiración de reflejar “la realidad” (que obviamente está compuesta de muchas cosas más aparte de las que el poder quiere ocultar)?

Entre los políticos la opinión al respecto es más crítica, no solo por el (frecuente) reclamo de que la prensa no visibiliza “*lo bueno*” que hacen, sino también por la acusación de que no reportan con la misma intensidad lo malo que ocurre en otros ámbitos distintos al de la política. Por ejemplo PAP9: “*a mí siempre me ha llamado la atención la falta de cobertura mediática de cosas de interés público que pasan en la empresa privada que, que para efectos de la realidad nacional muchas veces es más importante que lo que ocurra, que lo que pasa en la política. La cobertura sobre las cámaras empresariales (...) como que ese es un mundo privado que de vez en cuando genera noticia y demás, pero no es sospechoso*”. Dos interrogantes plantea esto: una sobre las motivaciones de los medios para construir escándalos políticos (si fuera solo la lucha contra la corrupción cabría esperar que cubrieran con el mismo ímpetu las irregularidades en el sector privado). La otra interrogante es sobre las limitaciones que el modelo de negocio de los medios (financiados por anunciantes) acarrea sobre el ejercicio del periodismo. Félix Ortega advierte que, sin obviar su innegable valor como derecho fundamental en las democracias, la invocación de la libertad de prensa, en tanto monopolizada o administrada por un grupo empresarial o profesional, es también utilizada como coartada para deslegitimar rivales y, a la vez, ocultar hechos de allegados.

En relación con el modelo de negocio de los medios, es importante poner en el contexto de la **crisis** que este sufre las anteriores consideraciones. Y es importante hacerlo porque a la luz de los testimonios recabados, ese condicionante económico impacta en todas las dimensiones antes comentadas, desde la naturaleza de los medios hasta la finalidad del oficio. La mayoría de los periodistas, al igual que académicos como Hugo Picado, Jorge Vargas o Francisco Robles, subrayan la difícil situación financiera de las empresas de medios por las caídas en sus ingresos por publicidad. Ello, además de intensificar la competencia por la audiencia (lo que incentiva el conformismo ideológico con los climas de opinión dominantes), obliga a reducir el tamaño de las salas de

redacción. Esto, a su vez, disminuye la capacidad de los medios para producir contenidos periodísticos “duros”, lo que los obliga a rellenar el espacio de sus emisiones y ediciones con otro tipo de contenidos más baratos de producir. ¿Cómo ha cambiado el producto periodístico ofrecido por los medios? A continuación algunas luces aportadas por los entrevistados.

Un punto de coincidencia entre los académicos, la mayoría de los políticos y buena parte de los periodistas, que por cierto cumple el pronóstico hecho por Ortega y Humanes (2000), es la disminución de información y el incremento de opinión sobre todo en el periodismo televisivo y radiofónico. Consultado sobre la razón de presentar editoriales en su telediario, PE1 ofrece dos, la primera normativa y predecible (la conveniencia de que, similar a la prensa escrita, se fijen posiciones sobre algunos temas), pero la segunda muy franca y reveladora: *“el medio X era un medio con pocos recursos, entonces a veces no tenía todo el tiempo para llenar la hora de noticias. Y no tengo ningún problema en reconocerlo”*. Paralelo a ello, los entrevistados acusan un aumento en la presencia y relevancia de la figura del “experto”, “tertuliano”, “analista”, o “comentarista” (que aún en el caso de cobrar, resulta menos costoso que la producción de contenidos periodísticos duros). Según Fernando Vallespín, la figura del experto, su presencia en los medios, deviene central como sustituto del intelectual (Félix Ortega y María Santos argumentan que más bien lo reedita), pues simplifica al máximo la complejidad de los problemas con el fin de adaptar su abordaje a los reducidos tiempos de los medios, sobre todo de la televisión. El acceso a los medios legitima a los expertos (son reconocidos como tales porque aparecen en los medios) y su opinión legitima la del periodista, que suele utilizarla para contradecir a los políticos, lo que recuerda el “déficit técnico” como micro-estrategia de deslegitimación de los políticos. Y si bien para Manuel Alcántara la fricción entre *“la legitimidad de la toga”* y la de las urnas no es nueva, Fernando Vallespín sí relaciona el declive del político y la popularidad del técnico, con la representación del sistema económico vigente como verdad incuestionable de esta época.

Otro recurso para llenar el espacio de las emisiones a bajo costo es abriéndolas a la participación del público. Varios de los periodistas entrevistados resienten, por ejemplo, la “moda” del “periodismo ciudadano”, en la que los medios invitan a sus audiencias a convertirse en sus corresponsales aprovechando el acceso masificado a las tecnologías de la comunicación. Pero más allá de eso, la construcción de los medios como el lugar de la participación ciudadana tiene dimensiones mucho más profundas y que



trascienden los apuros económicos de esas empresas. El sistema de medios, dice Félix Ortega, constituye el nuevo espacio público (imponiendo de paso su lógica a los políticos y a los ciudadanos), sin importar, añade Fernando Vallespín, la superficialidad y cacofonía que su mayor amplitud acarrea. La participación ciudadana se reduce a opinar y la ciudadanía queda reducida a lo que se presenta como “opinión pública”, coinciden ambos académicos. Esto, aporta María Santos, le da poder al sistema de medios por la capacidad de controlar el acceso a ese nuevo espacio del que se han convertido en dueños. Al mismo tiempo, prosigue, el parlamento ha perdido socialmente su posición como el lugar del debate. Incluso el periodismo ha abandonado la crónica parlamentaria. En un acto de usurpación, *“han convertido los medios en un parlamento de papel”*.

#### B) La valoración periodística de los políticos:

Lo anterior es, entonces, el trasfondo que permite comprender cómo, por diversas razones confluyentes, “los políticos” (no como personas sino como figura social) aparecen involucrados en la crisis del modelo de negocio de los medios y en la crisis de identidad social de los periodistas: estas incentivan que los periodistas agudicen su crítica contra los políticos. Procuran compensar con más virulencia hacia los políticos, las dificultades operativas que tienen para brindar información de interés público. Aunque próxima a, y coherente con, la hipótesis de la tesis, esta especulación no es la hipótesis de esta investigación ni es el punto que la parte empírica de este trabajo se ha empeñado en sustentar. La hipótesis es: la permanente valoración negativa de los políticos que llevan a cabo los periodistas es un recurso para legitimarse. Lo que aquí se dice es distinto: necesitan legitimarse porque otras dimensiones de su rol social (principalmente informar) han venido a menos.

Hay un hallazgo en las entrevistas en profundidad que fortalece esa sospecha. Hay una **notabilísima diferencia** entre la mesurada valoración que los periodistas hacen en privado de los políticos y la acritud que en público muestran hacia ellos, además de las muchas formas de cooperación y hasta alianzas ocultas entre periodistas y políticos que traslucen en las entrevistas. Este punto habría sido el corazón mismo de toda la tesis de no ser por un problema: la confidencialidad con la que fueron concedidas las entrevistas en profundidad. El respeto a esta impide especificar las diferencias entre el discurso

público y el privado de los actores de forma individualizada, en razón de lo cual no hay otra alternativa más que su tratamiento en general.

Con lo anterior no quiere decirse que en privado los periodistas manifiestan admiración o adhesión a los políticos. La mayoría, de la mano con un respeto básico, los criticó y subrayó su distancia respecto a ellos. La mayoría, además, dijo no tener color político e incluso algunos lo postularon como deber profesional. Pero dicho eso, también es verdad que de distintas formas expresaron **consideración hacia los políticos**. Por ejemplo, PE1 enunció otras causas (distintas a la corrupción y la incompetencia) para los problemas políticos del país: **1)** Deficiencias estructurales del ordenamiento jurídico y del sistema político que dificultan la acción del Estado (*“en los últimos años vimos administraciones y asambleas legislativas que estuvieron entrampadas en, desde leyes que obstaculicen mucho a veces el funcionamiento ágil del aparato estatal hasta problemas políticos que provocaron y a eso es a lo que voy, un gran estancamiento de, el Poder Ejecutivo y de, el Poder Legislativo en los planes que se habían propuesto al empezar sus periodos”*). **2)** Exceso de normas de control y una criminalización social de la política (*“luego de que la prensa hizo grandes denuncias contra expresidentes corruptos (...) se hace una Ley, la Ley de Enriquecimiento {Ley contra la Corrupción y el Enriquecimiento Ilícito} que realmente fue una sobrerreacción, entonces eso, todas las exigencias, a mucha gente decente le dice ‘no yo no me quiero exponer a eso ni quiero pasar por eso’”*). **3)** Bajos incentivos económicos (*“y también un tema, el salarial, ha hecho que mucha gente no se meta en política”*, aludiendo a un exministro que, como profesional de alto perfil con determinado nivel de gastos familiares, que podía cubrir con su puesto en el sector privado, como *“si te ofrecen ser Ministro vas a ganar la mitad de eso”*, se vio forzado a hipotecar su casa para asumir el cargo sin sacar a sus hijos de los colegios en los que los tenía... y concluye: *“no se le puede pagar a un Ministro una suma por debajo de lo que él vale en el mercado”*).

Otro ejemplo es PE7, que, al comparar el ejercicio del periodismo en Costa Rica con sus experiencias internacionales, hace una valoración (indirecta) muy positiva de los políticos costarricenses: *“aquí yo creo que hay cosas maravillosas que otros países no tienen. El acceso, por ejemplo. Usted aquí tiene al Presidente de la República ahí cerca, al frente, puede llegar y saludar y decirle vea don Luis Guillermo cómo está, qué piensa de tal cosa. El señor te puede palmotear la espalda (...) usted en Nicaragua, por ponerlo cerca, Daniel Ortega, primero si lo ve con suerte lo verá como a cien metros y si lo tiene*

*cerca tiene toda una rueda de guaruras ahí que a usted no van a dudar en darle, en romperle la nariz si usted se mete un poquito y mete la grabadora y si no cumple las líneas va para afuera (...) Estados Unidos, la Casa Blanca, el Presidente sale y da una declaración. Si tiene visita de estado (...) sale ya sea al jardín interno o al jardín externo, sale, lee unas declaraciones, le da la palabra al que está a la par si no está solo, se mete y punto, cinco minutos. ¿Quiere una conferencia? Va con el vocero a la famosa saloncito (...), sale el señor, da unas declaraciones de lo que quiere hablar, una, dos, tres, cuatro preguntas y ya está (...) comprende uno la riqueza de lo que tiene uno aquí”.*

Junto a esa valoración medida que los periodistas hacen de los políticos, en las entrevistas salen a la luz unas **relaciones de cooperación** entre unos y otros, muchísimo más íntimas y vigorosas de lo que los periodistas reconocen en público:

**1-** Filtraciones selectivas de las autoridades judiciales: en relación con los escándalos de los tres expresidentes en 2004 y 2005, dice PE7 que *“hubo una filtración injusta con todos los medios de comunicación porque los testigos cuando llegaban a dar el, su declaración, no habían terminado de salir cuando ya estaba saliendo, ya tenía el documento La Nación y Canal 7 y usted llegaba y lo pedía y no se lo daban, evidenciando una relación de interés entre la fiscalía y estos medios de comunicación porque en aquellos momentos se habló, en círculos verdad, en corrillos como dice uno, de reuniones entre el Fiscal y un par de directores de medios que son muy amigos, verdad, entonces uno podría entender que había toda una estrategia para el caso”.*

**2-** Más que denuncias, investigaciones ya hechas por los políticos entregadas a los medios: PAP15 narra cómo en su despacho elaboraban toda la investigación y la entregaban a determinados periodistas para que la publicaran como propia.

**3-** Apoyos para hacer proselitismo encubierto a través de los medios en favor de determinadas causas políticas: uno de los políticos entrevistados, al que ni siquiera mediante código se considera prudente identificar en esta cita, dice claramente que para ganar una votación le pidió ayuda al director de un medio muy importante (en la grabación precisa nombre del medio y del director) y que este se la dio, *“con discreción, porque también tenía que publicar las opiniones”* contrarias.

**4-** Pagos, en metálico y en especie, a los periodistas por parte de los políticos: consultados al respecto, la casi totalidad de políticos y de periodistas dijeron conocer casos de pagos hechos por políticos a periodistas para exaltar o para hundir carreras

políticas o políticas públicas. Por ejemplo PE10, que, aunque ha hecho toda su carrera como periodista, durante unos años tuvo la más alta responsabilidad política de comunicación en un Gobierno, y cuenta cómo -contra su voluntad- se hacían “pagos” mensuales *“a personas vinculadas al periodismo por los servicios, para que nos ayuden a transmitir los mensajes”*. Luego cuenta cómo en diciembre un “colega” llegó a decirle que venía a recoger los billetes aéreos porque *“este año vamos a ir a Miami y bueno, somos cuatro la familia”*. Según el entrevistado, ante su sorpresa, el periodista le dijo que esa era la costumbre: *“el Gobierno nos los da como premio”*. Más adelante otro testimonio, esta vez de PE9, evidencia muy gráficamente esta práctica, además de su encubrimiento en el sistema mediático costarricense.

**5- Encumbramiento de políticos mediante su exaltación como fuentes:** PAP8, por ejemplo, protesta que *“al líder este, camarada, a este carajillo, que fue candidato, diay ahí lo tenía Pilar e Ignacio comentando de todo, de todo, lo hicieron un héroe en cuestión de muy poco tiempo”*. A pesar de sus términos, el reclamo no parece nacer de la animadversión ideológica, pues el entrevistado se reconoce, él mismo, beneficiado en su momento por ese comportamiento de los medios: *“La Nación hizo candidato a Miguelito Corrales por tirársele a Daniel Oduber y a mí me ayudó muchísimo La Nación cuando yo me enfrenté a X y a X”*. Idéntica valoración hace otro político, PAP16, en las antípodas ideológicas de PAP8, cuando dice que *“Pilar Cisneros (...) ella casi que creó a José María Villalta {líder del Partido Frente Amplio}, siendo diputado tuvo una presencia a través de Canal 7 (...) extraordinaria durante dos, unos tres años (...) Pilar Cisneros lo utilizaba para este, para sostener sus tesis, que eso pasa hoy todavía con periodistas radiofónicos o periodistas que cubren alguna, que cubren a la fuente política y que tienen su criterio, ellos ya tienen el titular, ya tienen su hipótesis, ya han vertido sobre ella sus prejuicios, ya tienen la nota, solo necesitan que haya un tercero que lo diga y entonces empiezan una entrevista (...) para tratar de sacarle, jalarle de la lengua a quien están entrevistando con el propósito de que diga exactamente lo que calce con el titular que ya tiene perfilado (...) lo mismo que hizo conmigo del 98 al 2002, tenían un programa de esos, El Juicio del Pueblo, y yo fui varias veces a ese tipo de juicio (...) tuve mucha exposición mediática, Canal 7 muchas entrevistas de fondo sobre temas políticos”*.

Es evidente que ni esa consideración e incluso valoración positiva de los políticos, por parte de los periodistas, ni esas relaciones de cooperación entre ambos grupos que afloran en las entrevistas, son coherentes con el discurso público de los periodistas sobre

los políticos. Ni el analizado en esta tesis, de dos medios, ni el que cualquier costarricense fácilmente podría identificar en todos los principales medios del país. Es un discurso, el público, con una valoración muy negativa de la política (sin matices en la mayoría de los medios) y que, sin excepción, insiste en una distancia esencial, en la separación absoluta, incluso en la confrontación, entre ambos grupos. Un ejemplo, tomado no de los *corpora* de la tesis, pero tampoco de las entrevistas en profundidad, sino de una entrevista ofrecida (consciente de que iba a ser publicada) por Roxana Zúñiga, directora del telediario Noticias Repretel, muestra la aspereza de ese discurso: *“Dicen que lo único verdadero de un político es su falsedad. Los políticos están muy desprestigiados. No deberían ser fuente de información. Deberíamos desarrollar un tipo de periodismo en donde el político sea la última fuente y se le consulte nada más por razón de fairness o por algún tipo de información, pero no deberían tener un peso fundamental como fuente, por su desprestigio, por su poca credibilidad y porque si uno hace un análisis de la información que un político usualmente proporciona no es fiable, importante, ni práctica para uso”* (Fonseca, 2001: 249-250). Que ese discurso es parte elemental de la identidad social que los periodistas quieren construir de sí mismos, queda patente cuando el entrevistador le pregunta por el legado que quisiera dejar: *“Me gustaría que se me recordara como una periodista arisca, esquivia con el poder, una periodista que trató de ser independiente, pero con balance y, sobre todo, apolítica”* (Fonseca, 2001: 243).

Lo anterior lleva a plantearse la cuestión sobre las **motivaciones de los periodistas** para escenificar públicamente una relación tan hostil hacia los políticos. Y ello exige una distinción inicial. Para la mayoría de los académicos entrevistados, costarricenses y españoles, son distintas (lo que no impide que confluyan) las motivaciones de los periodistas, por un lado, y las de los dueños de los medios, por el otro. En síntesis, a su juicio, los periodistas buscan prestigio general, mientras que los dueños de los medios, capacidad de influencia sobre temas puntuales. Por ejemplo Constantino Urcuyo explica que algunos dueños de medios, sin dirigir la cotidianidad de estos (que entregan con un alto grado de independencia a los directores de los medios), sí los utilizan en situaciones excepcionales en las que sus intereses político-económicos están en riesgo: *“ellos no juegan esa carta del golpe de Estado pero sí te juegan la carta de que si vos no hacés lo que es el punto importante de agenda para ellos te empiezan a minar”*. Mismo diagnóstico hace Francisco Robles y PE6.

Hecha esa distinción, se pasará revista de lo expresado por algunos entrevistados (académicos, políticos e incluso periodistas) sobre esas motivaciones de los periodistas, todas coincidentes en el punto del prestigio. Primero una porción extensa y testimonial (de PAP9) y luego algunas opiniones en el mismo sentido: *“ha crecido una cultura en los medios (...) como de que se invierte la cosa esa de que se es inocente hasta que se demuestre que es culpable, el político es culpable hasta que demuestre que es inocente y se vuelve muy atractivo encontrar algo mal que esté funcionando en la política (...) yo creo que contra la política en general, aunque por supuesto si vos le preguntás a cada quien cada partido sentirá que es contra su partido y yo te puedo dar ejemplos de situaciones en las que uno puede haber sentido que era contra un gobierno de Liberación pero creo que es más, más general”*. Luego narra un hecho concreto: *“mi capítulo negro con la prensa que pasa cuando la prensa decide que hiciste algo que es corrupto y la sensación que le queda a uno, que alguien decide a estos o a este lo vamos a destruir. Ahí la cosa se pone mucho más complicada (...) fuimos con la ingenua esperanza de que si decíamos las cosas como eran el reportaje reflejaría la realidad y cuando uno empieza a ver los titulares y la cosa en cámaras, uno dice, diay, aquí la verdad no está funcionando o al menos lo que yo entiendo por verdad no está funcionando. Vas y hablás con los directores de los medios y toda la cosa y es muy duro y tal vez esta es de las cosas más duras en esta relación de los medios con la política, cuando vos llegás a la conclusión: aquí lo que pasó no importa (...) la sensación que me dio a mí, no sé, algún día me gustaría hablar esto con los protagonistas pero todavía no lo hemos superado suficiente (...) por un lado los periodistas yo sentí, que por lo menos dos o tres de ellos, considerados grandes profesionales de la prensa en Costa Rica, de los cuales yo tengo la peor imagen, ellos estaban tras la sangre, tras el Pulitzer y en efecto han logrado los premios, o sea, destruir a un político es una cosa muy valorada en el mundo de los medios de hoy en día, es el gran premio (...) un periodista que botó un ministro es como el médico que sacó una especialidad, lo pone en un marco en su oficina, verdad, yo boté a fulano. Yo sentí que había ahí (...) un par de personas cuyo objetivo era ese, nuestro premio va a estar en cuántos logramos descabezar y con toda honestidad te digo, yo creo que la verdad no les importaba y yo creo que mintieron, yo sé que mintieron, yo me reuní con ellos y eso que, una de las pocas veces que yo te diría, yo pude sentir ahí la mala fe (...) pero además, es uno de esos momentos en que vos sentís que hay una identidad, por razones distintas, entre el periodista que está buscando sangre y esa parte de la dirección de los medios (...) que está muy casada con ese enfoque de la antipolítica (...) destruyeron*

*a alguna gente, yo me salvé, en lo que cabe decir que uno se salvó aunque uno queda marcado de por vida”.*

Los académicos coinciden. Jorge Vargas explica que, sin necesidad alguna de agendas y conspiraciones, para un periodista encontrar evidencias contra un político *“es como pegarse la lotería”*. Luego apunta algo fundamental, que es el traslape histórico de roles entre políticos y periodistas: *“¿cuál era el rol del periodista hace 70 años? (...) el periodista probablemente era un político que tenía donde escribir”*. Traslape que estaría en el origen de una competencia entre grupos: Manuel Alcántara considera instrumental la *“antipolítica”* de los periodistas, bajo el entendido de que existe una competencia de estos con los políticos por la definición de quién representa a la ciudadanía. Lo que es coherente con la aseveración de Constantino Urcuyo de que, en general, *“ellos se ven a sí mismos como ‘desfacedores de entuertos’, ellos son parte de esa cruzada quijotesca para reestablecer la moralidad pública, guiar el país hacia los objetivos correctos (...) se sienten actores más legitimados, les pasa lo mismo que a los jueces y fiscales, se sienten actores en nombre del Estado de Derecho, en nombre de la democracia y en todo lado hay un desprecio al oficio de político”*. Por cierto que ese desprecio es resentido, no al unísono pero sí por la gran mayoría de los políticos entrevistados. Por ejemplo PAP8, para el que *“hay un interés por socavar a la clase política, hay un interés por demostrar que todos los políticos llegan ahí a ver qué sacan, a ver qué roban, o a aprovecharse (...) para desprestigiar en general a la clase política (...) es bastante generalizado”*.

Esa mención de la búsqueda de prestigio como incentivo no es extraordinaria ni siquiera entre los mismos periodistas. Si bien no lo explicitan en los productos periodísticos, sí fue reconocido frecuentemente en las entrevistas en profundidad e, incluso, en el discurso público de dos periodistas (que critican esa motivación). Roxana Zúñiga lo dice en general, en relación a las nuevas generaciones de periodistas: *“están en busca de un reconocimiento público”* (Fonseca, 2001: 247), y Giannina Segnini lo señala en relación con la búsqueda de hechos de corrupción: *“vivimos de eso... y somos estrellas porque contamos esas historias”* (Segnini, 2014).

Por otro lado, sin que necesariamente sean excluyentes con la motivación de la búsqueda de prestigio, algunos académicos entrevistados desarrollan otras razones para ese discurso de sistemática valoración negativa. Una es la económica. Según Fernando Vallespín, es su conexión con la industria del entretenimiento la que hace que los medios subrayen la parte más sombría de la política e invisibilicen la más noble. María Santos,

por su parte, mantiene unidas esa motivación comercial con la política: el “*todos son iguales*”, “*ponerlos a todos en el mismo plano*” y el tono predicador y moralizante, constituye una demagogia con tal de vender, sí, pero además su dirección deslegitimadora es clara: “*arrasar con la clase política*”. Un “*arrasar*” que la propia profesora acota, porque está claro que ni los periodistas en general, ni mucho menos los de élite, están interesados en traerse abajo el sistema político-económico. Su juego, más bien, es el del “*caudillo periodístico*”, que, como aclara Félix Ortega, va más allá de ser miembro de la élite periodística. Consiste en comportarse como arbitrista social que, por portar la voz de su audiencia, les dice a los políticos lo que deben hacer, exigiendo que ello se adopte sin importar lo abstracto o indeterminado que sea.

Otra motivación distinta es la de auto-eximirse de culpas. Según María Santos, los periodistas, al percibir el malestar de la población con un orden (sobre todo económico) que sus propios medios han defendido, “*para salvarse de la quema se compran la credibilidad asumiendo un discurso que vende*” porque empatiza con el cabreo de la gente con los políticos. En esto coincide Hugo Picado: “*los empresarios que están detrás de la prensa han aprovechado el discurso antipolítica para marcar distancia con los políticos y de alguna manera lavarse las manos (...) digo lavarse las manos no porque la crisis sea culpa de la prensa pero la crisis sí es en buena parte culpa de muchos de los dueños de la prensa, que son los dueños de las grandes entidades financieras. Al fin y al cabo el cobro, la factura más grande de la crisis económica la han pagado los políticos, no los sectores económicos y financieros de los diferentes países*”. Aquí los políticos desempeñarían el papel de “chivo expiatorio, no en el sentido de que sean inocentes, pero sí en el de que son la “víctima propiciatoria” que busca calmar la ira de las masas y así salvar el sistema. Por eso María Santos insiste en que la “*demagógica*” descalificación que los periodistas hacen de los políticos suele cuidarse de no poner en riesgo al sistema. De forma coincidente, en el caso costarricense, para Jorge Vargas, es precisamente el cambio de importantes factores estructurales (la desaparición de la amenaza comunista en 1989, la consolidación de un partido conservador en 1983 que asumió su agenda mediático-política y el viraje de la socialdemocracia hacia las tesis de libre mercado), el que le permitió a ciertos medios costarricenses despreocuparse por la “*defensa del sistema*” y agudizar su crítica hacia los políticos sin poner en riesgo el *establishment*.

Sin perjuicio de lo anterior, los académicos también señalan “factores reales” detrás de esa intensificada valoración negativa de los políticos. Pero estos no son (como



argumentan los periodistas) los casos de corrupción política (de los que no hay evidencia que sean hoy más o peores que en el pasado, cuando la valoración de los políticos era mucho más positiva). Los autores, en cambio, señalan otros factores más sistémicos. Dos ejemplos, uno costarricense y el otro español. Jorge Vargas dice que hay “*bases reales*” para el descontento: “*El malestar es siempre construido pero no es inventado*”. Señala el crecimiento de la desigualdad. A diferencia de la mayoría de América Latina, en Costa Rica había una “*comunidad imaginada*” según la cual los costarricenses eran iguales. Ahora bien, la realidad de ese factor no excluye su aprovechamiento intencionado. La desigualdad es real, medible, pero luego se articula en narrativas políticas: “*ese malestar también a veces es una construcción ‘ex profeso’ políticamente, rentable para grupos, ya sea partidos u organizaciones {incluidos los medios}, es una manera de conectar, es una manera de agrupar, es una manera de generar identidades*”. El otro ejemplo de indicación de factores reales es el de Joan Botella. Para él, el rechazo actual a la clase política se motiva tanto por la sintonía como por la a-sintonía de esta: lo faccioso, la imagen de lucha, de antagonismo, que da la política (que le es particular como profesión), popularmente se interpreta como contraria al bien común o interés general. Si encima la percepción popular es que desaparecieron las diferencias sustantivas entre partidos (porque unos y otros aplican las mismas políticas, en buena medida dictadas desde afuera), toma fuerza la opinión de que los políticos disputan solo por pequeños intereses personales y eso incrementa el enojo.

Claro que esa valoración tan negativa de la política no es ni exclusiva de Costa Rica ni nueva. Manuel Solís la rastrea en la génesis de la Costa Rica contemporánea, en la antesala, explosión y secuelas de la cruenta guerra civil (1948) de la que surgió el actual orden constitucional. Pero esa, para Jorge Vargas, no es la cuestión más acuciante: “*el discurso antipolítica usted lo puede trazar, hace un siglo, hace dos siglos, en Europa, en Costa Rica, ese no es el punto principal, sí, hay una genealogía, pero el problema es que en el ecosistema actual la antipolítica se vuelve el discurso político prevaleciente, esa es la diferencia. En los años sesenta y setenta había una confianza básica en los políticos (...) en general la gente se sentía representada por los políticos (...) pero hoy en día el tema es que el ecosistema ya no hay un balance en el que los discursos antipolítica estaban contrapuestos con otros discursos ideológicos (...) sino que hoy en día está el discurso antipolítico (...) es el discurso dominante*”.

C) La valoración e imagen general de la prensa:

Por último, es de interés considerar la **imagen general de la prensa** que tienen los periodistas y políticos costarricenses. Y hay aquí tres hallazgos. El primero es que el discurso privado de los periodistas sobre la prensa, aunque mantiene la valoración idealizada de esta como institución social (PE9, por ejemplo, la llama “*pilar de la democracia*”), es muy crítica respecto de su praxis real. Un buen ejemplo es el mismo PE9. Ante la pregunta sobre la transparencia de los medios como empresas y la libertad de expresión que tienen los periodistas a lo interno de las salas de redacción, dice: “*hay opacidad total y no hay, los periodistas no somos, pedimos, exigimos transparencia y ni siquiera somos transparentes ni los medios ni los periodistas, es una, es una lamentable realidad*”. Sus experiencias concretas son la base de esa aseveración, una de ellas particularmente elocuente: “*encontré evidencias de un periodista de un colega de otro medio de comunicación que estaba recibiendo pagos del Ministerio de Seguridad Pública. Entonces seguí los cheques, encontré que habían sido cambiados, etcétera, fui, le pedí una cita al periodista para entrevistarle y el director de ese medio de comunicación me echó del edificio. Cuando yo llegué a La Nación ya todo el mundo sabía lo que yo había hecho y desde luego, pues nunca se publicó la nota, es, así de triste, es un periodista que estaba siendo pagado (...) pero esas cosas no se cuentan*”.

Otro caso es PE3. Para él la prensa costarricense ha desempeñado un papel “*deficiente, sesgado, corto, nos quedamos cortos en el análisis, en la profundización de los contenidos, en el tratar de interpretar (...) en el tratar de dar oportunidades. Creo que hemos sido una prensa mezquina, una prensa visceral*”. La valoración, nuevamente, no se hace solo en abstracto, sino que hunde sus raíces en la experiencia personal. Cuenta PE3 que una de las primeras noticias que le tocó cubrir cuando empezaba como periodista fue la de una huelga “*y me ofrecieron pagarme por aparte si yo publicaba lo que ellos querían (...) y me dijeron que si yo no publicaba, o sea, que había muchos colegas que recibían de igual forma pagos (...) yo pocas veces he sentido un escalofrío tan fuerte (...) y lo más lamentable de todo fue que yo muy asustado llegué a la sala de redacción a mis 18 años y le conté al jefe de información lo que me estaba pasando, lo que me acababa de ocurrir, y su respuesta fue una risa y decirme: vaya muchacho, publique lo que ellos le están diciendo, ese es su trabajo. Entonces, por supuesto que hay un golpe y ese fue mi primer contacto con el ejercicio de la profesión (...) fue encontrarme con el soborno, fue encontrarme con el compadrazgo (...) me di cuenta que detrás del ideal de ser periodista*

*y de esa actitud cuestionadora, habían intereses, había corrupción, había manipulación y lo peor de todo, había permisividad”.*

Un último ejemplo es PE10, según el cual *“en términos generales, en Costa Rica, si nosotros observamos y le prestamos atención a los periodistas que han sido luchadores, cuestionadores, investigadores, que denuncian, que han peleado, que han luchado, que han tenido problemas (...) esos periodistas usted ve que no están en los puestos claves y nunca llegaron y cuando estaban por llegar, porque era muy difícil, digamos, o lo que fuera, siempre hubo razones o aspectos que los limitaron o los restringieron o, pero ahí quedaron. Usted puede ver, en términos generales, vea lo atrevido que soy, que las personas que tienen puestos o que son del grupo élite, esos periodistas que usted menciona, que tienen influencia, etcétera, etcétera, etcétera, usted les estudia la carrera profesional, usted se va a dar cuenta que no son o no tenían como característica la denuncia, la lucha, el coraje, la investigación, la respuesta (...) simplemente, como decíamos en la redacción, porque esto se comenta desde antes, son los que se le esconden a la pelota en un juego de fútbol, para que no los toque, no los golpee, y ahí siguen, van para arriba. Yo no estoy diciendo que sean deshonestos (...) pero sí tienen esa habilidad (...) no tener una mínima disputa con el jefe, con los dueños”.*

El segundo hallazgo desborda los alcances empíricos de esta investigación: la relación entre el discurso público y el privado de los políticos sobre los periodistas evidencia el fenómeno inverso al del discurso de los periodistas sobre los políticos. Es decir, la muy positiva valoración de la prensa que hacen los políticos en público (no registrada en esta tesis pero apreciable indirectamente, por ejemplo, en que el país ocupe el 6° lugar a nivel mundial en libertad de prensa según Reporteros sin Fronteras), no es coherente con la muy negativa valoración que de ella hacen en privado, en las entrevistas en profundidad. Claro que, cuando en las entrevistas se les preguntó por la prensa como institución social, reprodujeron el discurso normativo, idealizado, coincidente con el de los periodistas. Pero cuando se les preguntó por su desempeño real, el cambio fue muy significativo. Como ya mucho de ello se colige de lo recogido supra a propósito de las motivaciones que, según los políticos, tienen los periodistas para atacarlos o de las alianzas que dicen tener con ellos, se aportan a continuación solo dos ejemplos de esas valoraciones críticas.

El primero es PAP16, para el que, en general, *“la prensa ha venido a menos”*. Con ello se refiere a una desmejora en su nivel de profesionalización (se pasó de *“periodistas*

*de alto perfil” a “periodistas más ‘juniors’”), a una disminución de sus contenidos duros (menos información y análisis, más entretenimiento y sucesos), y a una tendenciosidad ideológica encubierta (“hay medios de comunicación que tienen un claro sesgo ideológico”).*

Mucho más prolijo fue PAP8. Acusa a la prensa costarricense de: **1-** Deficiencias a nivel ideológico. Dos en particular, su conservadurismo (*“aunque tengan un chimpancé en la Casa Blanca la prensa costarricense va a apoyar al que esté ahí... y apoyan lo que sea... en eso la prensa es totalmente servil aquí”*) y su talante antipolítica con vocación caudillista (*“la prensa siempre desconfía de la clase política... y con mucha dificultad enumera o resalta los aciertos”*). A lo que agrega que *“esta gente no se limita a informar, verdad, ellos hacen editoriales... eminentemente cursis pero diay, a la gente le encanta que se vuelvan melodramáticos, con toda esa cosa, haciendo un discurso a lo Winston Churchill en la Cámara de los Comunes, entonces sí, todo eso influye, influye mucho por supuesto”*).

**2-** Deficiencias morales: *“ellos creen que ellos son los únicos honestos (...) pero no son ni honestos ni éticamente ni intelectualmente. A veces defienden cosas en las que no creen, pero tienen que defenderlas (...) montones de periodistas que uno sabe que les pagan para que digan lo que digan o peleen contra alguien o por lo que sea (...) y mirá no los culpo, es igual que con la deshonestidad en el sector público, un pobre diablo que gana cualquier cosa está tentado a aceptar que, a recibir algo”*. Y contrastando a la prensa costarricense con la inglesa, estadounidense o española, que editorialmente suelen posicionarse a favor de determinadas candidaturas, sentencia: *“aquí no, aquí todo es mentira, una farsa, cinismo, hipocresía, ‘somos imparciales’, cuando no lo son, nunca lo han sido”*.

**3-** Deficiencias intelectuales: *“yo te puedo decir, el desprecio absoluto de José Figueres {político costarricense más importante del siglo XX, fallecido en 1990} por buena parte de la prensa nacional a quienes miraba por debajo del hombro siempre, a quienes consideraba gente muy ignorante con poquísimas excepciones”*. Y luego a título personal añade: *“qué saben estos periodistas, es decir (...) esos eslóganes es lo que repiten estos periodistas. Qué aprende un periodista en la escuela de periodismo, cuánta historia saben, cuánta economía saben (...) estamos en manos de unos mediocres impresionantes... como decía don Pepe {José Figueres}, hay gente muy inteligente, hay*

*gente inteligente, hay gente tonta, hay gente muy tonta, hay infradotados y los periodistas”.*

El tercer hallazgo sugiere la que podría ser la explicación de esa diferencia tan notable entre la positiva valoración pública que hacen los políticos de los periodistas y la negativa valoración privada apreciable en las entrevistas en profundidad. Pareciera que se creen sujetos a una especie de normatividad cuya violación les acarrearía consecuencias adversas, tanto a nivel de opinión pública como por las posibles reacciones de la prensa. Tres ejemplos bastan. Consultado PAP9 sobre por qué en Costa Rica se ha permitido la concentración de la propiedad de los medios, no se paga prácticamente nada por el uso del espectro radioeléctrico y no se exigen responsabilidades a los concesionarios de las frecuencias, contesta: *“hacer una ley que le entre a estos monopolios de los medios de comunicación yo coincido con vos en que eso debió hacerse hace mucho, yo incluso te diría sí, eso debe hacerse pero el político que lo haga es un suicida (...) ningún político la va a hacer, lo destrozan, es terrible”*. Consultado PAP8 sobre por qué no han fortalecido el sistema de medios públicos, justifica: *“porque si lo querés fortalecer se te tira toda la prensa y los partidos de oposición a decir este señor quiere fortalecerlo porque quiere seguir los pasos de Hugo Chávez (...) entonces nadie se atreve”*.

Y consultado PAP16 sobre por qué los políticos no denuncian más fuertemente los abusos que dicen sufrir de la prensa, responde: *“no me han tratado, por ejemplo en el caso personal, con la justicia e imparcialidad que uno hubiera esperado. Pero aun así, a pesar de esa crítica que yo podría hacerle por temas en los que yo he estado involucrado, yo defiendo como nadie la libertad de prensa y libertad de expresión”*. Dice que esa es su actitud en virtud de los principios de la ideología a la que se adhiere pero, más adelante, en una parte más testimonial, aparece otra razón más. Narra cómo, luego de que un periódico lo atacó hasta hundir su candidatura al final de una campaña presidencial, cometió *“un error estratégico (...) yo me peleé con el Grupo Nación, no yo a ustedes no les doy declaraciones, ustedes de todas maneras son sesgados y todo lo demás. Este, yo hoy a cualquier político que me pide consejos o ese tema les digo no se peleé con la prensa (...) no queme los puentes, siempre es importante tener puentes con los periodistas, con los directores de los medios de comunicación, este, hay, son relaciones continuadas, hoy hay una situación complicada, mañana puede mejorar y entonces nos vamos a necesitar siempre unos y otros”*.

D) Síntesis brevísima:

¿Qué puede interpretarse de este conjunto de opiniones de periodistas y políticos, iluminadas con el criterio de los académicos? Primero, que la de periodista es una profesión atravesada por una serie de conflictos no resueltos (y acaso irresolubles) que tensan su ejercicio cotidiano. Segundo, que tanto periodistas como políticos reproducen, privada y públicamente, una imagen idealizada del periodismo como institución social. Tercero, que ambos grupos son mucho más críticos del periodismo cuando se les pregunta por su desempeño real, valoración negativa que, sin embargo, es excepcional en su discurso público y completamente ausente en los productos periodísticos (esto es, cuando hablan en el contexto institucional de los medios de comunicación de masas). Cuarto, que los periodistas hacen una valoración mucho más positiva y mesurada de los políticos en su discurso privado. Quinto, que los políticos tienen incentivos para atenuar y hasta callar sus críticas a la prensa en su discurso público. Sexto, que los periodistas, por el contrario, tienen incentivos para intensificar su valoración negativa de los políticos en su discurso público. Séptimo, que lejos del discurso de la separación radical de los periodistas respecto de la política, en la práctica se da una gran diversidad de formas de cooperación e, incluso, connivencia entre políticos y periodistas.



## CONCLUSIONES

Revisada la literatura académica y datos secundarios sobre los temas atinentes, en esta investigación se concluye que:

**1-** Los periodistas constituyen un grupo social basado en la profesión. Tienen una ideología profesional en función de los intereses ligados a sus actividades que, junto a otras creencias, influye en su discurso y es apreciable en sus productos periodísticos y en la forma en que usan, y eventualmente abusan, de su poder especial de control sobre el espacio público. Parte fundamental de esa ideología es su identidad social de periodistas. A su vez, parte fundamental de esta, son las categorías “qué hacemos”, “con qué objetivo” y en atención a “qué valores”. Al igual que otras ideologías, la periodística se ha desarrollado con relación a otras élites y otros grupos de poder, para sustentar, legitimar o gestionar las relaciones (incluidas las de conflicto) con estos. Por esta razón el conflicto con un grupo rival incide en la definición de la propia identidad social (Van Dijk, 1983, 1990, 1999).

**2-** La de periodista es una profesión atravesada por una serie de conflictos no resueltos (acaso irresolubles) que tensan su ejercicio cotidiano. Conflictos que afectan a la construcción de su identidad social. La tensión de base, constitutiva de la profesión (la compatibilidad y coherencia de un servicio público que es, a la vez, un negocio privado con fines de lucro), encontró una solución teórica derivada de la historia de esa actividad (fue la base comercial de las imprentas lo que las emancipó del control de las autoridades civiles y religiosas): El discurso del círculo virtuoso rentabilidad/independencia. Según este, el periodismo es una profesión que consiste en la provisión de un servicio público (provisión de información y vigilancia del poder, básicamente) esencial para la democracia y que si bien solo se puede sostener sobre una base comercial, no resulta -en la praxis periodística- condicionada (sesgada) por esta, lo que, de ocurrir, reduciría su autonomía/profesionalidad. Pretensión de autonomía que no riñe con los intereses de los propietarios (ánimo de lucro), pues en ella se asientan la credibilidad que el público confiere al medio, soporte de su influencia y de sus ventas.

No obstante, el discurso del círculo virtuoso no resuelve la tensión: La fragilidad de esta concepción es que se sostiene sobre una visión idealizada de los propietarios de los medios y del público. La historia abunda en ejemplos, en cambio, de que los



propietarios pueden sacrificar sus intereses comerciales en función de sus intereses políticos o que los intereses comerciales del medio pueden ser solo una pequeña parte “sacrificable” dentro de los mayores intereses corporativos en función de los cuales produce periodismo. También es evidente que no necesariamente el público se percata de la traición a los valores normativos del periodismo por parte de los medios que consume y que aun siendo consciente de ello, no los castiga de tal forma que ello produzca su bancarrota.

**3-** La crisis actual del periodismo pasa, en buena medida, no solo por la emergencia del Internet y las tecnologías de la información y la comunicación (que les ha quitado la exclusividad de la llave de control en el acceso al discurso público y el monopolio sobre la información de la realidad más allá de la experiencia inmediata, que les ha disminuido a los medios los ingresos por publicidad y los ha forzado a verter sus contenidos en plataformas en las que las ganancias no son para ellos) y la hiper-individualización del consumo (que le difumina los públicos a la prensa generalista). Pasa, también, por la crisis de ese “círculo virtuoso”, por la conciencia, cada vez más clara (apreciable en los testimonios de los propios periodistas), de lo idealizados que son sus presupuestos y de la distancia entre ese relato y la praxis cotidiana de los medios y los periodistas. En otras palabras, la crisis del periodismo consiste, básicamente, en el resurgimiento de su conflicto de base nunca resuelto, es decir, de la tensión constitutiva del periodismo como profesión, agudizada, eso sí, por la aparición de Internet y la secularización de la sociedad y su consiguiente hiper-individualización del consumo de bienes simbólicos.

**4-** En medio de esa crisis, el rol periodístico de informador es el más afectado. Afectado por el costo de producción de contenidos informativos, por la acelerada reducción del tamaño de las salas de redacción, y por la difuminación de intereses por parte del público. En cambio, el rol de vigilar y criticar al poder (normativamente a todo poder, pero en la práctica acentuadamente al político), no solo no se ha vuelto más costoso económicamente sino que ha devenido más fácil de llevar a cabo, gracias a los desarrollos normativos y jurisprudenciales que protegen la labor periodística, así como los que han transparentado al poder político (una y otra cosa en las democracias liberales). Rol que les permite empatizar con las audiencias debido al malestar general con la democracia y sus operadores políticos. Rol que, además, no es incompatible, sino adaptable, a la creciente demanda de entretenimiento y espectáculo por parte de los públicos de las

empresas de medios. Rol que contribuye como ningún otro (según piensan los periodistas) a dar lustre a sus carreras y que satisface el afán de protagonismo central en esa vocación.

5- Sobre la relación entre el periodismo y la política, hay un acuerdo muy compartido acerca de que en las democracias modernas los medios/periodistas han desempeñado básicamente cuatro funciones políticas: Persuasores políticos a favor de determinadas ideas e intereses y en contra de otros; informadores de los acontecimientos; defensores/voceros de la sociedad civil ante el poder; y facilitadores del debate público de alcance masivo. Este conjunto de tareas los ha colocado en relaciones de subordinación bajo, cooperación con, conflicto contra, competencia con, y control sobre, los políticos profesionales. La complejidad de esas relaciones invita a abandonar la visión según la cual la “élite mediática” integra una sola “superélite” social con los políticos (“una red de connivencia que involucra personas de la política, los negocios, los medios, etc.”). Concepción monista de la que esta investigación se separa para adoptar las tesis de la pluralidad de élites, que considera a estas como grupos (con poder fluctuante y sin una estructura concertada) que se combaten y conjugan, compiten y cooperan. Bajo esta comprensión, las relaciones entre diversas élites “son complicadas y potencialmente conflictivas”. Perspectiva que explica por qué, a pesar de que los periodistas más importantes y los más importantes políticos formen parte de grupos dominantes en la sociedad (y por ello compartan fragmentos de una meta-ideología hegemónica y cooperen en atención a intereses comunes), las relaciones entre sí son conflictivas, fluctuantes y, en determinadas circunstancias y bajo determinadas condiciones, más o menos tensas (Santos, 2003: 23-29, 41-43). Debido al proceso de “mediatización de la política” (Castells, 2003; Ortega 2011) y a la evolución de los sistema políticos hacia “democracias de audiencias” (Manin, 1998), hoy esa élite mediática es un actor político más determinante que nunca.

6- Con esos condicionantes que tienen los periodistas (carácter de grupo con ideología profesional, crisis de identidad y crisis económica), y a la luz de las distintas funciones políticas que han desempeñado en la historia, se ha llegado a la conclusión de que las motivaciones posibles de los periodistas/medios para criticar o rechazar a los políticos son las siguientes: **A) Las resultantes del choque de la función de la prensa con la “naturaleza” del poder político:** En la acción política el secreto, el control sobre la información y sobre la interpretación de la realidad, es crucial. Sea para ocultar corrupción, negligencia, efectos negativos de decisiones públicas o estrategias para la

consecución de fines aún no alcanzados, al poder político le resulta imprescindible el secreto. Pero la concepción ideal de la democracia plantea la identidad entre gobernantes y gobernados, y en una relación de identidad no cabe el secreto. Con base en esa aspiración democrática, el periodismo profesional adoptó como razón de ser “informar”. La transparencia y el acceso a la información son su reclamo esencial. Y en lo que atañe a los hechos ya conocidos, públicos, el poder político procurará que la prensa reproduzca su interpretación (fundamental en la gestión de la reputación, base del poder simbólico), mientras que la prensa, con el objetivo de no ver cuestionada su independencia, pondrá en duda la interpretación oficial e incluso ofrecerá lecturas alternas a esta. Así, la tensión entre ocultar y revelar, y la tensión entre interpretaciones distintas de los hechos conocidos, dará lugar a críticas y valoraciones negativas de los políticos en la prensa. **B) Razones económicas:** La selección de los hechos negativos de la realidad para informar preferentemente sobre estos, así como la interpretación negativa de los acontecimientos, son comercialmente rentables. Y ello es tendencial en los medios pues, aunque la explotación y exageración sensacionalista de esos acontecimientos implique sacrificar estándares periodísticos, el campo económico es hegemónico sobre el periodístico (Bourdieu, 1997). Hay allí un incentivo económico para el “negativismo” en la noticia política. Con la misma motivación económica, el medio puede incurrir en una especie de “populismo”, consistente en adoptar las opiniones que presupone en su audiencia, en una actitud conformista dirigida a empatizar con el público (del que depende el *rating* y los ingresos por publicidad), lo que los incentiva a reproducir climas de opinión instalados, entre ellos los prejuicios “antipolítica”. Finalmente, los periodistas también pueden desarrollar valoraciones negativas de los políticos en defensa de los intereses corporativos (de los medios) perjudicados o amenazados por partidos, políticos individuales o políticas públicas puntuales. **C) Razones políticas:** Aun antes de que la concepción profesional del periodismo triunfara y le impusiera al oficio la idea de servicio público de información como deber supremo, la prensa nació para influir (y para entretener), no solo ni principalmente para informar. Y como además de conflicto hay cooperación entre políticos y medios, pueden aparecer en estos valoraciones negativas de políticos que sean resultado de la instrumentación de los medios por la política -filtraciones para que desde la prensa se erosione el capital simbólico de un contendiente político (Thompson, 2001)-, fruto del paralelismo partidario -medios afines a partidos desarrollando estrategias de crispación contra un partido/gobierno rival (Maravall, 2008)-, o a consecuencia del paralelismo ideológico -medios que atacan a gobiernos, políticos o iniciativas, contrarias

a su visión de mundo-. Además, en América Latina los medios han pertenecido a oligarquías históricamente recelosas de que los políticos se les emancipen, lo que también es una motivación para las valoraciones negativas de los políticos en la prensa. **D) Razones ideológico-identitarias:** Todas las profesiones construyen (ideológicamente) una identidad y en esta es esencial el rol que se reclama para sí en la sociedad (Van Dijk, 1999). Los periodistas han desarrollado la de: **a-** informador, **b-** facilitador del debate social, **c-** abogado, **d-** custodio del orden, y **e-** adversario del poder (McQuail, 1998) (no se corresponden exactamente con las funciones políticas descritas, porque estas no son idealizaciones normativas de su auto-presentación sino categorizaciones de su desempeño “real”). Pero el surgimiento de Internet y el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación le han hecho perder al periodismo y a los medios tradicionales (además de mucho dinero y capacidad de producción de contenidos noticiosos) su monopolio sobre la difusión de información y sobre la plataforma de debate público. Hoy producen menos periodismo “duro”, pero, según Gandour (2016), lejos de disminuir la cantidad de contenidos que generan, los han aumentado. Es posible (esto ya no es algo que se concluya de la bibliografía revisada, sino una conjetura que orienta esta tesis) que ello esté motivando a los medios/periodistas a enfatizar las últimas tres versiones de su identidad profesional, con la consiguiente agudización de su tensión con los políticos y el Estado. Se trata de un énfasis consistente con el surgimiento de una cultura mediática internacional o nueva cultura del periodismo (Hallin y Mancini, 2008), típico de la tercera fase de la historia de la comunicación política (Mazzoleni, 2010), que implica su separación total y posicionamiento de adversario frente a los políticos (objeto de mofa y desprecio) y que empata con un elemento básico del modelo liberal de medios hacia el que convergen los distintos sistemas mediáticos: el Estado es valorado negativamente. Significa que los periodistas -para los que el afán de protagonismo y la oposición al poder han sido tradicionalmente motivaciones vocacionales- están pasando del rol de “*watchdog*” del interés público y contra la corrupción, al de “*attack dog*”, un papel de arbitrista de la sociedad que perfila una forma de “caudillismo periodístico” (Ortega, 2011). Y como todo mesianismo, ese posicionamiento va acompañado de un victimismo ciudadano, convirtiendo al periodista en defensor y vocero de la sociedad civil frente a los políticos, de modo que la virtud de los periodistas se aquilata en la maldad de los políticos y en la medida que el poder político se envilece, la misión de los medios se ennoblece. Siendo que la base del poder político en democracia es la representación de la sociedad, lo anterior configura un conflicto de roles sociales (Berger y Luckmann, 2011),

debido a que uno de ellos (el rol-periodista) entiende que su desempeño implica una oposición hostil al otro y, además, a que en un aspecto fundamental (la representación de la sociedad), ambos se solapan.

En esa última motivación, la ideológico-identitaria, se concentró la atención de la tesis. En lo sucesivo, en lugar de interesarse por “el propósito” (de ese discurso), la investigación se interesó por “un propósito”, el menos estudiado y el que se preveía como el principal (por eso se elevó a nivel de hipótesis).

En Costa Rica, desde mediados del siglo XIX, los medios de comunicación han oscilado entre la instrumentalización política y la mercantil (Waisbord, 2014), aunque desde finales del siglo XX experimentan un intenso proceso de diferenciación del poder político y de desdiferenciación del poder económico. Su propiedad presenta un muy alto nivel de concentración, lo que fortalece el control sobre la comunicación social de cuatro grupos empresariales (todos políticamente conservadores, con plataformas diversificadas y, tres de ellos, con alianzas multimedia globales) y reduce las alternativas de información para la ciudadanía y de empleo para los periodistas. Estos, aunque normativamente reivindican los valores del periodismo profesional (y del modelo liberal o anglosajón de medios), presentan una baja profesionalización (autonomía), y creciente precarización laboral. Los grandes medios de comunicación, además, han estado opuestos a los medios partidarios (hoy inexistentes) y a los públicos o estatales (hoy desfinanciados e irrelevantes). Recientemente, la caída de ingresos por publicidad ha obligado a los principales grupos mediáticos a reestructuraciones, migraciones del papel al digital, despidos y cierres de medios. Respecto a su capacidad de influencia, llegan a la inmensa mayoría de la población, la cual les otorga mucha credibilidad. Los telediarios son la principal fuente de información política y, en ese rubro, la prensa tradicional supera al Internet y a las redes sociales. Ocupan los primeros lugares de valoración y confianza ciudadana, y son de las instituciones en las que los costarricenses perciben menos corrupción. Ello es coherente con que Costa Rica sea el país de América Latina en el que los datos de opinión pública son más relevantes para los tomadores de decisión (Alcántara, 2012). En cuanto a libertad de prensa, es calificada como “plena”, solo superada a nivel

mundial por la de los países nórdicos, lo que evidencia lo limitada (de hecho y de derecho) que está la acción (y capacidad de control) del Estado frente a los medios, tanto por el relativamente bajo peso de este en los ingresos por publicidad de los medios, como por la robusta protección jurídica de que gozan en sus labores y por la (insólita en el derecho comparado) desregulación del sector en el país: No hay leyes antimonopólicas, las frecuencias se concesionan sin mayor requisito por 20 años automáticamente prorrogables, el canon a pagar por ese usufructo es irrisorio, al igual que las multas por no cumplir las obligaciones para el concesionario (\$6). Esa protección judicial y desregulación legal, sin embargo, beneficia a las empresas de medios (y a los periodistas en tanto en cuanto no entren en conflicto con estas), no a los periodistas como gremio. Por eso esas posiciones destacadas del país en los *rankings* de libertad de prensa no se traducen en profesionalismo de los periodistas.

7- Paralelamente a los procesos anteriormente descritos en el mundo del periodismo y los medios, el siglo XXI presenta elevados niveles de desconfianza y malestar de la ciudadanía hacia los políticos. Las opiniones negativas y los prejuicios sobre los políticos no son nuevos ni exclusivos de algunos países, pero desde finales del siglo XX muestran un incremento en las democracias consolidadas de Occidente (Castells, 2009). Ese incremento es multicausal, asociado, entre otros factores, al aumento no de la corrupción misma, sino de la percepción de corrupción de los políticos (Castells, 2003 y 2009), favorecida por la importancia que la reputación personal le ha ganado a la adscripción ideológica de los candidatos en las campañas electorales mediatizadas (Thompson, 2001) y por la mayor independencia, recursos y vocación de los medios para denunciarla (Hallin y Mancini, 2008); a la secularización de las sociedades y a la “pérdida de la espacialidad” sobre la que se articulaba la democracia representativa (Revelli, 2015); a la deslocalización de las decisiones políticas (Hermet, 2008; Colomer, 2015); a la creciente impotencia (incluso irrelevancia) de la política y sus instituciones (Naím, 2013, Mair, 2013) y al exceso de teatralidad con que los políticos tratan de compensarla (Vallespín, 2012); a la pérdida de agencia política de los ciudadanos (Mouffe, 2012), a su narcisismo victimista (Del Águila, 2000; Innerarity, 2015); y al incremento, en general, de la incertidumbre y la desconfianza social (Rosanvallon, 2007). Particularmente en el

caso de Costa Rica, el agudizamiento de la desigualdad pareciera un factor importante (Sojo, 2010; Jorge Vargas, entrevista)

8- Ese enojo dirigido genéricamente hacia los políticos, se expresa en un argumentario de valoraciones negativas que, para mejor comprenderlo, puede dividirse en un rechazo y crítica (desprecio en términos generales) hacia los gobernantes y el Estado, hacia la política, hacia los partidos políticos y hacia los políticos profesionales.

**A) En el desprecio a los gobernantes y al Estado**, es determinante la concepción de la sociedad civil como algo separado, distante y opuesto a las autoridades públicas. Un organismo, además, lleno de virtudes, anterior al Estado y (casi) capaz de autorregularse. Solo residualmente (en consideración de ese “casi”) se requieren autoridades públicas. Estas son vistas como enemigas de la libertad, opresoras, onerosas, opacas e incompetentes. Curiosamente no concitan el mismo rechazo otro tipo de autoridades distintas de las públicas ni pareciera existir el mismo apremio hacia la amenaza que otros poderes, distintos del político o estatal, pudieran representar para la libertad de las personas.

**B) En el desprecio a la política**, es determinante la concepción de esta como algo impuro y lento. La política es vista como enemiga de los grandes ideales, principios y proyectos, así como de la gestión técnica eficiente. Desde ambas polaridades, repugna la negociación política que impide, en una perspectiva, la aplicación total de “verdades” y principios, y en otra, la aplicación total de conocimiento “incuestionable”, de modo que se acusa a la política de propiciar conductas pusilánimes o inconsecuentes, así como de falta de sustento técnico y científico en su quehacer. Curiosamente la que se rechaza es la actividad política formal (en el marco de los procedimientos e instituciones democráticas) pero no otras formas de acción política, como la de los movimientos sociales, las plataformas ciudadanas, las recolecciones de firmas para causas concretas, determinadas formas de periodismo o la promoción de líneas de política pública por los *Think Tanks*.

**C) En el desprecio a los partidos políticos**, es determinante una concepción ingenua (no problematizada) del bien común, de la verdad y de la justicia y, por consiguiente, una concepción de los partidos políticos como facciones opuestas a la unidad nacional (una unidad sobre la base de lo correcto y lo veraz). Los partidos son vistos como divisivos, orientados por intereses particulares contrarios a un supuesto interés general. Es su mezquindad y propensión al conflicto la que obstaculiza la armonía social (su misma existencia implica la institucionalización del conflicto). Curiosamente lo que se rechaza son estas asociaciones políticas (constitucionalmente habilitadas para postular

candidaturas a los cargos de elección popular) y no otras formas de asociacionismo u organización social con influencia pública, como los sindicatos, cámaras empresariales, ONGs, iglesias o los *lobbys*. **D) En el desprecio a los políticos** es determinante su concepción como diferentes, lejanos e incluso opuestos, a los ciudadanos “normales” o “de a pie” (que pueden ser empresarios, funcionarios, trabajadores o autónomos, de renta alta, media o en condición de pobreza, pero siempre desconflictuados entre sí y víctimas en algún sentido de los políticos). Los políticos (que, en tanto “clase”, también son homogenizados) son vistos como mentirosos, traidores, impotentes, y privilegiados, en cualquier caso incapaces de representar los intereses de “la gente”. Sin embargo el peso de la desconfianza y el reproche social cae sobre los políticos profesionales, no sobre políticos amateurs, dirigentes de la patronal o gremiales, líderes comunales o “caudillos mediáticos” (Ortega 2007, 2011).

**9-** De lo anterior puede colegirse que el desprecio (no el incremento de este) que en términos generales suscita la política, obedece a que: **A)** A las personas no les agrada que otros las limiten y les ordenen. **B)** A las personas no les agrada que sus criterios técnicos, convicciones ideológicas, intereses, valores e ideales, se posterguen, negocien o cedan frente a los de otros. **C)** A las personas no les gusta la incertidumbre, no saber qué es verdadero y qué es falso, y no saber qué les espera. **D)** A las personas no les agrada que otros las representen porque eso conlleva la angustia de ser traicionado. En suma, el desagrado hacia la política está estrechamente relacionado con dos pulsiones atávicas, la hostilidad y el miedo, insuperablemente expresadas por Jean-Paul Sartre (“el infierno son los otros”<sup>361</sup>) y por Jorge Luis Borges (“no nos une el amor sino el espanto”<sup>362</sup>), o, con otros matices, por Arthur Schopenhauer en la fábula de los puercoespines en invierno. El mundo de la política encarna todo eso que tanto disgusta: limitación de la voluntad y sometimiento a la autoridad; obligación de esperar, convencer y transigir; inexistencia de un fundamento sólido e incuestionable que dé sentido a una acción colectiva unitaria; y necesidad de confiar en que otros se ocupen de asuntos que afectan a importantes valores e intereses personales. Todo lo cual se agudiza por (entre otros) los factores mencionados en la conclusión n° 7.

---

<sup>361</sup> Es una conclusión de sus estudios sobre la mirada en “El ser y la nada”. Análisis que se inserta en el contexto del “estar-con”, esto es, del encuentro con el otro, de la convivencia.

<sup>362</sup> Es un verso de su poema “Buenos Aires” en el que expresa aquello que amalgama su vínculo, en tanto individuo, con esa gran urbe.



**10-** Dentro de la globalidad de ese desprecio hacia la política, debe contarse, también, un comportamiento reactivo que esa hostilidad y ese miedo provocan: el deseo de encontrar (y la defensa de su validez cuando se cree haber encontrado) dispositivos neutrales (la ciencia económica, la ciencia jurídica, los derechos humanos, la Verdad revelada, el materialismo histórico, etc.) para evitar la (riesgosa) contingencia y subjetividad de la política, para tener una razón en virtud de la cual asegurar o poner fuera del alcance de los otros, aquellos aspectos de la vida que se consideran más valiosos. Esto significa que las expresiones de valoración negativa de los políticos, la política, los gobernantes y los partidos, adquieren una más definida intencionalidad política cuando diversas élites (capaces de crear sentido y articular discursos grupales) las acompañan de esa defensa de fueros “no políticos” para la decisión sobre determinados ámbitos o asuntos. De modo que, en la crítica y rechazo a los políticos, los gobernantes, los partidos y la política, confluyen un conjunto de creencias que han sido compartidas por distintos grupos sociales (y reproducidas por sus élites a través del discurso) a lo largo de la historia. Pero el interés de las élites que han instrumentalizado esas creencias ha sido, básicamente, retirar o sustraer asuntos del debate y la negociación política (independientemente de que tan amplia o restringida fuera el acceso a esta en cada contexto) para someterlos a su control; es decir, quitarle ese poder de decisión a los operadores profesionales de la política para ponerlo en otras manos (normalmente las suyas u otras que puedan controlar). En las democracias representativas (en las que una parte de esa clase política está compuesta por representantes populares y los órganos del Estado y la ley derivan su legitimidad de la soberanía popular) esto implica retirar esos asuntos de la esfera de control del *demos*, con lo que la ciudadanía pierde libertad para decidir sobre esos ámbitos de la vida de la *polis*. Esas apelaciones y el interés que encubren son los siguientes:

- X no está sujeto a debate/negociación/decisión política, sino a exigencias de orden público y seguridad nacional (más poder para los militares, policía y ejecutivos).
- X no está sujeto a debate/negociación/decisión política, sino al curso de la Historia/necesidades del proceso histórico (más poder para la vanguardia revolucionaria).
- X no está sujeto a debate/negociación/decisión política, sino a lo que dice la Verdad revelada (más poder para los líderes religiosos).
- X no está sujeto a debate/negociación/decisión política, sino a lo que expresa la opinión pública (más poder para los medios de comunicación y sus profesionales).

- X no está sujeto a debate/negociación/decisión política, sino a lo establecido en la Constitución y los Derechos Humanos (más poder para los tribunales constitucionales).

- X no está sujeto a debate/negociación/decisión política, sino a lo que dictan los mercados o la ciencia económica (más poder para las agencias calificadoras, los organismos financieros internacionales, tecnócratas, especuladores, etc.).

- X no está sujeto a debate/negociación/decisión política, sino a lo que manifiesta el pueblo en las calles (más poder para los políticos populistas y líderes de movimientos sociales).

- X no está sujeto a debate/negociación/decisión política, sino que se gestiona desde la sociedad civil (más poder para los NIMBYs y demás formas de asociacionismo comunitario).

En todos los casos, esas élites (militares, religiosas, económicas, etc.), se autopresentan como no políticos: ellos en sí mismos, su discurso, sus intereses y sus métodos, se pretenden apolíticos. Pero el reclamo por sustraer esos asuntos del debate y negociación políticos, entraña el interés por ponerlos bajo su control y así acrecentar su poder. Por eso su discurso (aunque se le llame antipolítico o impolítico) es un discurso político, en la medida en que por política se entienda la participación “o aspiración a participar en el poder o a influir en la distribución del poder entre distintos Estados o, dentro de un Estado, entre los distintos grupos humanos que éste comprende” (Weber, 2007: 57). Es un discurso político, en la medida en que la búsqueda de influencia en la distribución del poder (primordialmente político y simbólico), sin importar desde dónde se haga, es una intencionalidad claramente política, pues la política no está limitada a la autoridad institucional: “las intenciones no son menos políticas cuando los participantes las pretenden bajo, por ejemplo, la dominación o simplemente la aquiescencia” (Warren, 2010: 27). Y es un discurso político en la medida que se entienda que “la decisión de si algo es político o no, de si debe entrar en la agenda política, es siempre una decisión política” (Innerarity, 2015: 124). Eso significa que lo “antipolítico” o lo “impolítico” de ese discurso se refiere, entonces, solamente a la denostación de los partidos políticos (y no de cualquier organización que ejerza influencia política), de los políticos profesionales (y no de cualquier persona que ejerza influencia política), de las autoridades públicas, especialmente las de carácter político (y no de cualquier tipo de autoridad social o poder fáctico); y de la política como actividad formal en el marco de las instituciones democráticas (y no de cualquier forma de acción política), todo lo cual no supone (aunque

así se pretenda) la apoliticidad del discurso. Solo podría considerársele realmente, esencialmente, “antipolítico” (que es la definición más extendida entre los autores considerados en esta tesis), si por “política” se entendiera (en un sentido muy restringido y filosófico) el encuentro de los libres e iguales para, desde la pluralidad, desarrollar la *polis* (Arendt, 1997), o la actividad mediante la cual se procuran conciliar (y reconocen como válidos) los intereses divergentes, de individuos y colectivos, dentro de una comunidad (Crick, 2001). Esta investigación, no obstante, no se concentró en esa cuestión terminológica.

En Costa Rica, en los últimos 20 años, la identificación partidaria ha caído. Eso implica que la “política de la confianza” ha ganado terreno sobre la “política ideológica” (Thompson, 2001); que las lealtades partidarias condicionan menos la valoración de los gobiernos; que la “política mediática” (Castells, 2009), desarrollada en el “dominio” de los medios (Van Dijk, 1999), ha adquirido mayor importancia; y que son más determinantes los escándalos político-mediáticos. El creciente distanciamiento de los costarricenses con los partidos políticos puede apreciarse en que, todavía a mediados de la década de los ochenta, cerca del 95% de la población mostraba simpatía por alguno de los dos partidos del bipartidismo (Sánchez, 2007), mientras que en 2016 el 71,4 % de la población afirma no simpatizar con ningún partido. Además, el país experimenta un agudizado proceso de fragmentación partidaria, pasando de un bipartidismo consolidado, a un pluripartidismo limitado (Brenes, 2011) con un NEP (número efectivo de partidos) que aumentó de 2,21 en 1986 a un 4,91 en 2014. Esto provoca que el poder relativo, control sobre las decisiones públicas -que incentiva a medios y periodistas a buscar alianzas con los políticos antes que confrontarlos- (Hallin y Mancini, 2008), e importancia como fuente informativa, de cada uno, sea menor. Encima, los partidos, el parlamento y la presidencia son las instituciones peor valoradas y con menor credibilidad, con una erosión sistemática de su confianza desde 2004, lo que disminuye su “poder simbólico” y capacidad de influencia (Thompson, 2001). Es de los países latinoamericanos en los que más se ha extendido la percepción de que se gobierna para intereses particulares, el grado de transparencia percibida del Estado está por debajo de la media latinoamericana y dentro de las

instituciones públicas y privadas del país, las que tienen mayor percepción de corrupción, son los partidos, el Gobierno y la Asamblea Legislativa. Lo extendido de esas percepciones negativas torna más vulnerable su poder simbólico a los discursos de deslegitimación y crea más incentivos a los medios para reproducir -por “actitud conformista” con la audiencia (Hallin y Mancini, 2008)- esas opiniones. Tradicionalmente Costa Rica había presentado índices extraordinariamente elevados (en el contexto latinoamericano) de respaldo a la democracia y elevada participación electoral. En los últimos años el apoyo al sistema democrático tiene un comportamiento tendencialmente negativo y el abstencionismo ha crecido notablemente: los niveles estables por casi medio siglo en 18% pasaron, en 1998, a un 30%-35% y así se han mantenido desde entonces hasta el 2014 que fueron las últimas elecciones generales. Nuevamente, esa actitud en general negativa hacia el sistema político, estrechamente vinculada con la percepción de ineficacia del Estado y desempeño de quienes lo gestionan (Castells, 2009), genera incentivos a los medios para reproducir ese malestar. Aunque no directamente asociado al sistema político y a los políticos, socialmente también hay procesos de deterioro: **A)** En el periodo bajo análisis cayó la tolerancia política y subió el autoritarismo social a niveles alarmantes para los investigadores del Barómetro de las Américas de la Universidad de Vanderbilt. **B)** Históricamente Costa Rica había sido uno de los países menos desiguales de América Latina. Pero según el índice Gini del Banco Mundial hoy presenta una desigualdad de 49,2, la más alta del país en más de 30 años, siendo, además, el único de América Latina en el que la desigualdad se ha incrementado en la última década. Por último, entre 2011 y 2013, el país rompió el récord de movilizaciones sociales de protesta, con cerca de dos por día.

Aplicada la técnica de análisis escogida (los análisis de textos sobre la base del ACD de Van Dijk y la TV de Martin y White), y la complementaria (entrevistas en profundidad), en esta investigación se concluye que:

**11-** El discurso periodístico de valoración negativa de las personas con responsabilidad política (objeto de esta tesis) y, más específicamente, el propósito y las

estrategias de ese discurso (el problema), pueden comprenderse a partir de lo anteriormente indicado sobre el periodismo, sobre la política, y sobre la interacción entre ambos. Puntualmente, a partir de lo indicado sobre la crisis del periodismo y sobre las creencias (conocimientos y actitudes) socialmente compartidas, negativas (desde la crítica hasta el rechazo), hacia la política. Esto al menos en el caso de Costa Rica, pues se reconoce la limitación de validez y capacidad de generalización de un estudio de caso como el realizado.

**12-** A pesar de algunas interesantes diferencias, que se comentarán más adelante, el discurso (en tres muestras distintas) de los dos medios seleccionados es coincidente, y lo es en un sentido que corrobora las expectativas teóricas, responde la pregunta de investigación, confirma la primera hipótesis y, sin contradecirla, ayuda a precisar lo previsto en la segunda. Todo lo cual, finalmente, resulta validado en el ejercicio de triangulación realizado, que además, de forma sorpresiva, arrojó luz sobre aspectos del fenómeno que, sin ser preocupación original de la investigación, ayudan a comprenderlo mejor.

**13-** El desarrollado en los editoriales de Telenoticias es un discurso de legitimación. De legitimación del telediario y sus periodistas. Se compone de tres movimientos (estrategias locales) estructurados sobre cuatro micro-estrategias cada uno. Hay una deslegitimación de los políticos, una legitimación de los periodistas, y algo parecido a una asunción (simbólica) por parte de los periodistas del rol de gobernantes.

La **deslegitimación** de los políticos se construye sobre la base de: **A)** su representación discursiva como moralmente deficientes, es decir, corruptos (con las restricciones necesarias -impuestas por el modelo de contexto- para no incurrir en el delito de calumnia); **B)** su representación como deficientes técnica e intelectualmente, es decir, incompetentes; **C)** su representación como un grupo con un déficit cultural, esto es, personas acostumbradas a la pérdida de tiempo, el despilfarro de dinero y la improvisación; y **D)** la representación discursiva de los políticos como distantes de la ciudadanía, a la que, por eso, no son capaces de representar.

Esa deslegitimación es instrumental. Lo es en la medida en que sienta las bases de una **legitimación**, la de los periodistas. Esta se construye sobre la base de: **A)** su alineación estratégica con la audiencia (victimizada y desconflictuada) y con figuras o referentes sociales (exaltados y sin distancias que los separen del medio); **B)** la invocación de la opinión pública que sustituye a la ciudadanía y de la que se presentan como

encarnación o voceros; **C)** la apelación a conocimiento técnico o al criterio de expertos; y **D)** la reivindicación del papel de la prensa, con un énfasis en el “qué hacemos”, como parte de un rol de adversarios de los políticos y defensores de la ciudadanía.

Por último, el tercer movimiento, el aquí denominado de **asunción simbólica de un rol gubernamental**, se compone de cuatro micro-estrategias: **A)** la descripción catastrofista de la situación, tanto para atribuir la responsabilidad a los políticos, como para exigir la solución con fuerza imperativa; **B)** el énfasis en las ideas de dilación y pérdida, que insiste en que son los políticos los responsables de que Costa Rica no alcance su destino de país desarrollado, pierda sus oportunidades de futuro y, a la vez, haya perdido un pasado dorado; **C)** la representación de Telenoticias como el espacio para la “participación” ciudadana (la cual es reducida a emitir una opinión o votar en un sondeo telefónico, quedando al margen, por estériles, los procesos electorales o el involucrarse en un partido político); y **D)** la adopción del rol de caudillos, líderes de la ciudadanía ante los políticos, diciéndoles lo que deben hacer, demandando que sus “soluciones” se adopten sin importar lo abstractas o indeterminadas que sean, pues son “políticamente neutras”, por encima de las mezquinas diferencias partidarias, pragmáticas, desideologizadas, en aras de un bien general claramente discernible y respaldadas por la opinión pública y el criterio experto.

Para lograr lo anterior, los autores de los editoriales utilizan elementos superestructurales (como el propio género “editorial”), macroestructurales (como las macroproposiciones dogmáticas) y microestructurales (como la selección léxica), con los que construyen representaciones polarizadas que siguen el cuadrado ideológico de Van Dijk (énfasis de lo positivo de *Nosotros* y de lo negativo de *Ellos*, y atenuación de lo negativo de *Nosotros* y de lo positivo de *Ellos*). La omisión de información, los significados implícitos y la generalización de casos (*token*) a tipos (*types*) de acontecimientos, fueron los recursos más utilizados.

El propósito deslegitimador (de los políticos) y legitimador (de los periodistas y de los medios) se infiere del hecho de que en toda la muestra los elementos enlistados (estructuras del discurso), una veintena en la gran mayoría de los editoriales, se adaptan a la construcción de unos modelos mentales (representaciones) preferidos; esto es, adecuados para la reproducción de unos conocimientos y actitudes vinculados con creencias “impolíticas” o “antipolíticas”, y con creencias propias de una ideología profesional periodística. Esa es la clave. La muy cuidadosa elección, construcción y

articulación de distintos elementos, como por ejemplo las metáforas, es evidencia de discursos que claramente no son espontáneos, que fueron elaborados de forma reflexiva, planeada, lo que favorece la apreciación de intenciones y propósitos en sus estrategias. En los editoriales las *fuentes* son (entre otros) modelos de acontecimiento con los conocimientos, actitudes y, en general, las creencias socialmente compartidas dichas, pero el *filtro* son los modelos de contexto. Estos (en los que parecieran decisivos la adscripción institucional del periodista, su identidad social, la audiencia y lo que de ella supone, y el propósito que orienta su planeamiento de lo que dirá) constituyen la principal interfaz entre esas distintas representaciones socialmente compartidas sobre los políticos y sobre los periodistas, y el discurso de los codirectores del telediario. El control discursivo de los modelos mentales predilectos para influir en el receptor (en su proceso de comprensión), así como la recurrencia y sistematicidad con que ello se hace, permiten apreciar el deliberado objetivo (propio de los procesos de reproducción ideológica) de persuadir y, en algunos casos, manipular a los telespectadores en el sentido dicho.

**14-** El desarrollado en las notas informativas de Diario Extra (sobre la “Ley Mordaza” y el “espionaje a periodistas”) es un discurso de legitimación. De legitimación del periódico (muy especialmente de su dueña y directora), y de los periodistas en general. Ello se hace a través de mecanismos de manipulación de la memoria de corto plazo y de mecanismos de manipulación de la memoria de largo plazo, así como mediante la expresión directa de macroproposiciones ideológicas (acompañadas de mecanismos de contracción dialógica para rechazar posturas alternativas).

Entre los mecanismos de **manipulación de la memoria de corto plazo**, que consiste en controlar algunos procesos que están parcialmente automatizados (conjeturas rápidas y eficientes, “atajos” cognitivos), está: Poner en el titular (que ocupa una posición destacada y en letras más grandes, lo que atrae más la atención y facilita la representación cognitiva y el recuerdo) en lugar del tema principal, información que no tiene ese carácter a la luz del contenido de la nota. Una distorsión que, cuando ocurrió, siempre favoreció la postura del medio. Otro ejemplo de lo encontrado en las piezas fue la colocación en el titular de una interpretación no sustentada (e incluso contradicha) en el cuerpo de la noticia o directamente falsa.

Entre los mecanismos de **manipulación de la memoria de largo plazo** (que contiene los conocimientos, actitudes e ideologías, almacenados, junto a los recuerdos personales, en la memoria episódica, como modelos con su propia estructura) están todos

aquellos en los que el manipulador, con el fin de que el receptor entienda lo informado tal como él (el manipulador) desea, procura que este, en su proceso de comprensión del discurso, forme el modelo mental planeado, para así restringir su libertad de interpretación y disminuir la probabilidad de que entienda el discurso en un sentido distinto al que él (el manipulador) quiere. Unos pocos ejemplos de estas estrategias discursivas dirigidas a la formación o activación de “modelos preferentes” son: enfatizar discursivamente aquellas propiedades del modelo que son coherentes con los intereses propios y desenfatar u ocultar las inconsistentes; usar elementos estructurales de la noticia (como los *leads*, información previa o las recapitulaciones) para fines distintos a los informativos (con un propósito persuasivo); abusar (según los estándares de redacción usuales para notas informativas) de recursos de valoración mediante el subsistema “juicio” para exaltar el trabajo de la prensa y censurar el comportamiento de los políticos, de recursos de valoración mediante el subsistema “afecto” para crear una conexión empática con los lectores y de recursos de valoración mediante el sistema de “gradación por fuerza” para intensificar la gravedad de las agresiones que dicen haber sufrido de los políticos y de “gradación por foco” para acusarlas sin tener que precisar en qué consistieron; y, finalmente, dar formato de noticias a piezas que, en realidad, oscilan entre una entrevista sin el par clásico “pregunta-respuesta” y un artículo de opinión multivocalizado, en el que su autor es introducido de forma legitimadora por el periodista, promoviendo así que el lector incluya en el modelo de acontecimiento que construye sobre el hecho (y no en el modelo de contexto), la opinión/hipótesis del periodista sobre el caso.

Por último, en lo que respecta a la **expresión directa de macroproposiciones ideológicas**, a pesar de que el carácter de notas informativas de las piezas de Diario Extra hacía prever una presencia menor de estas que en los editoriales de Telenoticias, es abundante. El periódico las expresa, algunas veces, directamente y otras a través de las fuentes consultadas en cada nota. Fuentes que son legitimadas a la hora de presentarlas y en los casos en los que tengan diferencias con el medio, estas son ocultadas. Mediante estos entrevistados multivocalizan, formalmente, los textos, pero no para ampliar el debate e incorporar perspectivas diversas sobre el tema, sino para encubrir una excesiva contracción dialógica. Esas fuentes con las que el periódico ya suprimió diferencias, revestidas de la mayor legitimidad, consultadas sin explicar por qué a ellas en particular e interrogadas sin publicar las preguntas, están listas para reproducir, “por sí mismas”,



“espontáneamente”, el discurso del periódico. Encima, estos recursos de contracción dialógica mediante proclamación por coincidencia, se refuerzan con las valoraciones (publicadas de forma cotidiana) de otros cientos de personas cuyas opiniones breves se citan en los adjuntos mostrados en el capítulo VI. El efecto es que, aunque con distintas voces, en el fondo, los textos parecen monoglósicos. Pero, en realidad, a pesar de ese hermetismo monoglósico, o, más bien, precisamente por él, traslucen la intensidad de la polémica heteroglósica a la que se anticipan y a la que responden. O dicho de otro modo, el nivel de coincidencia entre todas las voces incorporadas es tal que la exclusión, la ausencia de la posición alterna, evidencia la fuerza y la relevancia que el propio periódico le da: tanta como para silenciarla y desplegar una gran cantidad de pseudoargumentos (los textos son argumentativamente muy débiles) para contradecirla aún sin enunciarla.

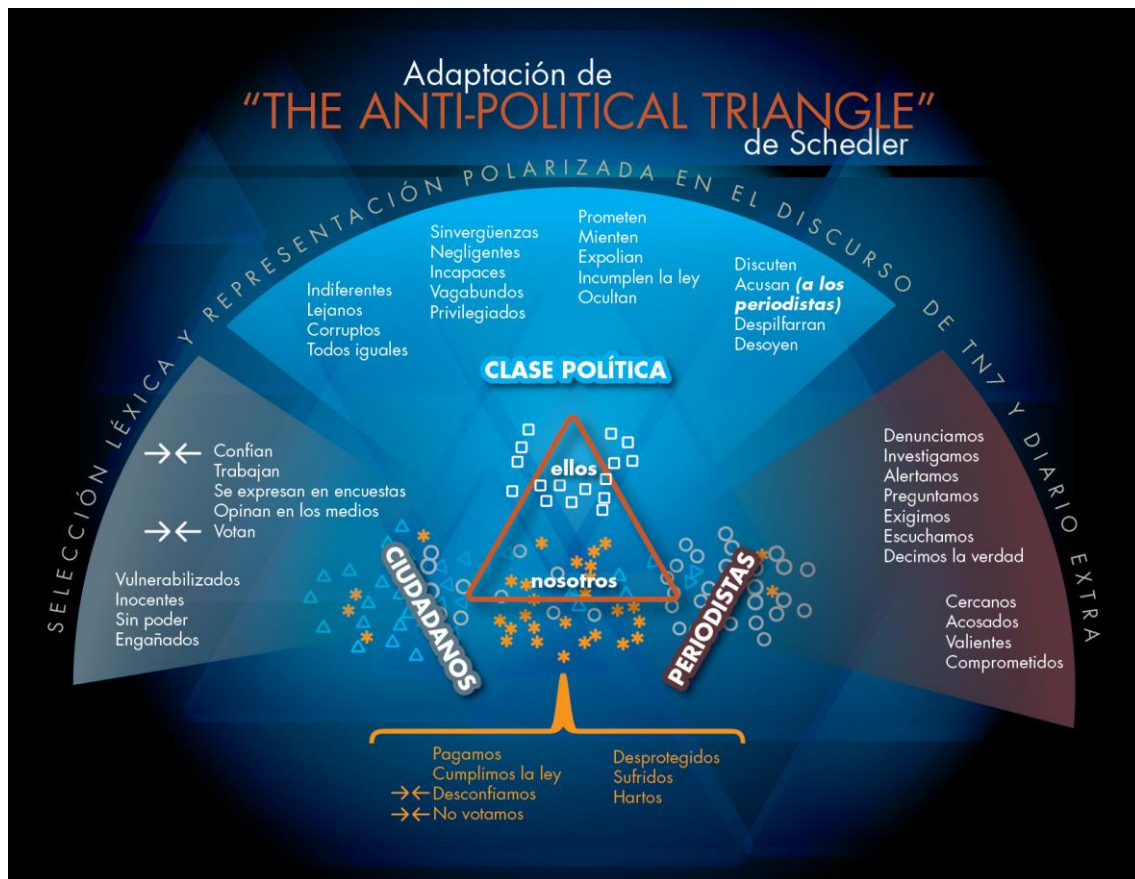
Otros recursos del sistema “compromiso” también utilizados para la contracción dialógica pero en menor medida, son los de “refutación mediante contraexpectativa”, “proclamación mediante pronunciamiento” y “proclamación mediante respaldo”. Son tantos y tan diversos los recursos de contracción dialógica empleados, es tan absoluta la negación de cualquier posibilidad de razón para la tesis contraria, que no coincidir con Diario Extra acaba siendo sinónimo de traicionar la democracia y, por eso mismo, renunciar a la propia condición de costarricense (dada la construcción identitaria que asocia lo costarricense con “paz” y “democracia”). Esta alta inversión personal del emisor incrementa en el receptor (y en las fuentes consultadas) el riesgo interpersonal de sostener una postura opuesta a la del periódico. Lo llamativo es que ello no se corresponde con una robusta argumentación que sustente la postura del medio. La argumentación, en teoría, tiene una primera fase de opinión, afirmación o valoración, y una segunda fase de justificación o de demostración. En la mayoría de las noticias analizadas falta esa segunda parte, la demostración (se la sustituye con hipérboles, vinculaciones y encuadres injustificados, y apelaciones emocionales del subsistema “afecto”).

El objetivo oculto de las noticias fue solidarizar al público con el medio y naturalizar sus valoraciones. Lograr que sus lectores valoraran a las autoridades públicas en general como el periódico las valora, para que así valoraran a los periodistas como Diario Extra quiere ser valorado. Y se califica como “oculto” este objetivo, pues la estrategia para pedirle a los lectores su solidaridad consistió, primero, en no pedirla expresamente, sino en mostrar cómo otros brindaban apoyo al medio. Pero cuando la solidaridad sí se pidió explícitamente, no la pidió directamente el medio, sino una fuente

(legitimada por el medio) ajena a este. En cualquier caso, cuando se hizo un llamado a solidarizarse con Diario Extra (tácito o no), no fue invocando los intereses del medio como empresa ni los de los periodistas como gremio, sino los de aquellos a los que se les estaba pidiendo solidaridad: los costarricenses. Y finalmente, aunque fuera ese llamado el tema principal de casi todas las piezas analizadas, en las partes superestructuralmente prominentes de estas no se advirtió que de eso trataba el texto, de pedirles su solidaridad a los lectores.

**15-** Más allá de las múltiples y significativas similitudes entre los discursos de valoración negativa de los políticos que hacen Telenoticias y Diario Extra (p. ej. la homogenización de los políticos según los cuatro tipos de déficits categorizados, la correspondencia de las virtudes periodísticas con esos vicios de los políticos, la apelación a y encarnación de, la opinión pública, la asunción de la vocería y defensa de la ciudadanía, las ideas de dilación y demora, etc.), hay unas pocas diferencias entre ambas variantes, pero todas fácilmente comprensibles: **A)** Aunque en ambos casos los argumentos de legitimación de los periodistas son *grosso modo* iguales, los énfasis son distintos. En Telenoticias es, sobre todo, la defensa del Estado de Derecho, de la legalidad y la lucha contra la corrupción y la ineficiencia. En Diario Extra, la legitimación del periodismo gira en torno a su relación sinecdóquica con la democracia y la libertad. **B)** Salvo en unos pocos casos, en los editoriales Santos y Cisneros solo encarnan en la situación local a Telenoticias, mientras que en la mayoría de notas de Diario Extra la voz autoral suele expresarse en nombre de toda la prensa costarricense. **C)** En los editoriales de Telenoticias son frecuentes la enunciación de propuestas que se exigen adoptar. En las piezas de Diario Extra no. **D)** En las noticias de Diario Extra hay un énfasis más acentuado en conseguir la solidaridad de sus lectores que en los editoriales de Telenoticias. Estas cuatro diferencias obedecen a que mientras los editoriales del telediario versan sobre los más diversos temas y solo dos se refieren (explícitamente) a la defensa del periodismo, las piezas de las dos muestras de Diario Extra responden a dos hechos representados discursivamente como agresiones directas contra el periódico y contra la prensa en general. Una quinta diferencia (mientras en los editoriales de Telenoticias hay un uso intensivo de significados implícitos, en las noticias de Diario Extra es más común la explicitud y las hipérboles), se debe a la personalización del editorial televisivo (que eleva los filtros y restricciones del modelo de contexto) y al “color” del lenguaje propio del tabloide.

Infografía 6 (adaptación del “triángulo antipolítica” referido en la página 142).



**16-** En términos generales, tanto periodistas como políticos reproducen en su discurso, privada y públicamente, una imagen idealizada del periodismo como institución social. Ambos grupos son mucho más críticos del periodismo cuando se les pregunta por su desempeño real, pero esa valoración negativa es excepcional en su discurso público y, en el caso de los periodistas, está ausente en sus productos periodísticos (esto es, cuando hablan en el contexto institucional de los medios de comunicación de masas). Asimismo, en su discurso privado los periodistas hacen una valoración mucho más positiva y mesurada de los políticos que la que hacen en su discurso público (sobre todo en sus productos periodísticos). La distinta situación de fortaleza de los periodistas (en tanto en cuanto actúen bajo el cobijo de los medios) y de debilidad de los políticos, junto a la elevada valoración ciudadana de que goza la prensa, su vinculación con los valores de democracia y libertad (asociados a la identidad costarricense) y la muy negativa valoración imperante sobre los políticos, crea en estos últimos incentivos para atenuar y hasta callar sus críticas a la prensa en su discurso público, mientras que, por el contrario, genera en los periodistas incentivos para intensificar su valoración negativa de los

políticos en su discurso público. Normativamente, un político, si es “demócrata”, no ataca a la prensa. Normativamente, un periodista, si es “independiente”, critica a los políticos. Si un político alaba a la prensa, independientemente de lo crítica que sea con él, demuestra tolerancia. Si un periodista alaba a un político, independientemente de lo afable que ese político sea con la prensa, genera suspicacia sobre su independencia. Esa es la razón, además, de que para los periodistas sea tan relevante subrayar su distancia aséptica de los políticos, aunque la investigación acumulada (referida en el marco teórico) y las entrevistas en profundidad (tanto a los políticos como a los mismos periodistas) reflejen lo multiforme e intensas que son las relaciones de cooperación entre ambos grupos profesionales.

Dos elementos del modelo de contexto (identidad social y audiencia) explican la variación en la producción del discurso, quitándole al de los periodistas (que es el objeto de estudio en esta investigación) matices, atenuantes y consideraciones en su crítica a los políticos, y adicionándole los movimientos de legitimación de la prensa<sup>363</sup>. Ciertamente para poder demostrar eso con solvencia habría que haber aplicado un análisis crítico de discurso a las entrevistas en profundidad hechas a los periodistas y contrastar ese discurso privado y anónimo, con el público y el que producen desde los medios. No se hizo así por dos razones: Primero, porque en el diseño de la investigación se concibió las entrevistas en profundidad solo como técnica de triangulación de resultados, pero, sobre todo, porque no era posible cotejar explícitamente el discurso público con el privado de actores específicos por el carácter confidencial o anónimo de las entrevistas en profundidad, condición necesaria en la mayoría de los casos para que accedieran a concederla y, presumiblemente, para que en estas se expresaran con mayor libertad. De modo que esta conclusión debe sustentarse en la comparación, en general, entre el discurso periodístico analizado (esto es, las tres muestras de los dos medios), y el apreciable (sin que puedan explicitarse individualizaciones), en las entrevistas en profundidad realizadas.

**17-** El propósito principal con el que los periodistas desarrollan su discurso de valoración negativa de los políticos es su propia legitimación (legitimación como representantes de la sociedad): **A)** porque, en el caso de las dos muestras de Diario Extra,

---

<sup>363</sup> Esto es un buen ejemplo de cómo se interrelacionan las tres dimensiones de la reproducción ideológica para Van Dijk (cognición, sociedad y discurso): Aquí, elementos propios del ámbito de la *cognición* (la conciencia de rol que es parte de la identidad social y del *yo* en el modelo de contexto), se conjugan con otros de la dimensión *sociedad* (comercialización de los medios, búsqueda de empatizar con la audiencia, niveles de desafección política de los costarricenses), para proyectarse en el *discurso* (reproducción discursiva de prejuicios sobre la política).

las dos supuestas amenazas de los políticos y de las autoridades judiciales contra el periodismo, no eran tales, como tampoco lo fueron las únicas dos comentadas en los editoriales (nº 13 y nº 14) de Telenoticias (puede descartarse que se esté ante un caso de “agresividad defensiva”, en palabras de Mazzoleni, 2010: 96); **B)** porque la crítica a los políticos fue sistemáticamente acompañada de movimientos estratégicos de legitimación de los medios, de los periodistas y del propio periodismo como oficio; **C)** porque la identidad profesional y la audiencia son los elementos de contexto que mejor explican la variación, tanto en intensidad de la crítica como en la adición del movimiento estratégico de legitimación, de ese discurso; y **D)** porque esa intencionalidad es comprensible a la luz: **a)** de la evolución histórica de las relaciones entre periodistas y políticos, **b)** de la tradicional búsqueda de influencia de los medios sobre las decisiones políticas y **c)** de la crisis (de identidad y económica) del periodismo. En otras palabras, es plausible que esa búsqueda de legitimación como representantes de la sociedad responda a un interés de los medios por aumentar su capacidad de influencia y a un interés confluyente de los periodistas por compensar el debilitamiento de parte de su rol social. En ambos casos se trata de acrecentar el poder simbólico propio, a costa del de los políticos. Lo cual implica que, aunque en su origen y en sus dinámicas laborales haya una relación de tensión entre los periodistas como trabajadores y los medios como sus empresas empleadoras, en su enfrentamiento con los políticos y las autoridades públicas en general, sobre todo en sus acciones de legitimación, actúan de forma conjunta, coherente y sin fisuras, distancias ni tensiones entre sí. Que ese sea el principal propósito del discurso no excluye otros paralelos (y de ninguna manera contradictorios), como, por ejemplo, el pragmático-económico apreciado en la notas de Diario Extra sobre el “espionaje a periodistas”.



**18-** Respecto a la cuestión sobre las estrategias empleadas en la construcción de ese discurso, aunque en las tres muestras de los dos medios se confirmó que la valoración negativa de los políticos sirve como base de la valoración positiva que los periodistas hacen de sí mismos (de modo que los vicios de los unos se corresponden casi simétricamente con las virtudes de los otros), lo que confirma la articulación prevista en la hipótesis, los mecanismos empleados para lograr su propósito son muchos más y mucho más complejos, que esa sola correspondencia. En un sentido muy general, para no repetir lo ya anotado en las anteriores conclusiones, puede concluirse que los periodistas en la construcción de ese discurso: **A)** articulan movimientos de legitimación (de los periodistas) con movimientos de deslegitimación (de los políticos); **B)** asocian a los políticos y a las autoridades a las que se refieren, estereotipos que, como representaciones sociales, instancien (apliquen) sus lectores/televidentes en el modelo mental específico de esas personas (interpretan los casos a la luz del tipo); **C)** construyen generalizaciones a partir de casos específicos; **D)** emplean recursos de valoración, sobre todo los de los subsistemas “juicio” y “afecto”, y los de los sistemas “compromiso” y “gradación”, con

el fin de naturalizar sus valoraciones y crear una conexión empática con la audiencia, que la solidarice con ellos y fortalezca el lazo social periodista/ciudadanía; y **E**) persuaden y, en muchos casos, manipulan, entre otras formas, ocultando su intencionalidad legitimadora, pues **a**) en todas las piezas el tema principal es (salvo en algunas de Extra) la crítica a los políticos, no la puesta en valor de su propio rol; **b**) se omite cualquier información que, presumiblemente (modelo de contexto), pueda ser interpretada por el público como un elemento negativo de la prensa o que la distancie o enfrente a la audiencia; y **c**) se presentan los intereses del medio como si fueran los del receptor, cuando no lo son necesariamente y, al menos en una de las muestras, son incluso contrarios.

La característica fundamental de la manipulación, lo que la torna ilegítima a diferencia de la persuasión, es que asigna a los receptores un papel pasivo, al intentar impedirles que comprendan las intenciones reales o las consecuencias de las creencias o acciones defendidas por el manipulador (porque se les ocultan). En este discurso hay manipulación porque su propósito real se esconde bajo la intención manifiesta: defensa de la democracia y sus valores -incluida la libertad de expresión-, defensa de la ciudadanía frente al mal gobierno, y, aun cuando hay una defensa explícita del periodismo, lo es por su valor para la democracia y la gente, esto es, por el bien común. No se explicita la intencionalidad de que la audiencia valore o aprecie a la prensa aunque ahora informe menos y ya no sea la única que lo haga, y menos la intencionalidad de que esta conserve su poder de influencia sobre los políticos. Y hay manipulación porque se disfrazan de intereses generales, los que son específicos de las empresas de medios. Ocurre en el proceso de especificación de valores: se priorizan determinados valores y se especifican de acuerdo a los intereses de quienes manipulan, haciendo creer a los manipulados que son sus intereses o que son los intereses de “todos” (y no los de los manipuladores) los que se están defendiendo. Es el caso, en la muestra “espionaje a periodistas”, del derecho a la privacidad o a la intimidad. No es la privacidad o intimidad de todos la que están defendiendo (como Diario Extra pretende hacer creer a sus lectores), sino la de sus periodistas cuyo trabajo, constantemente, gracias a la “privacidad” de sus contactos con funcionarios, policías y rescatistas, implica una violación de la privacidad de los políticos, de los personajes de la farándula y de cualquier persona accidentada o fallecida de forma violenta.

## BIBLIOGRAFÍA

Abellán, J. (2011): “¿Deben gobernar los filósofos? Cuatro respuestas: Platón, Kant, Max Weber y Hannah Arendt” en *Política y Verdad*, Franzé, J y Abellán, J (Eds.), Plaza y Valdés Editores, Madrid.

Alcántara, M. (2012): *El oficio de político*, Madrid: Editorial Tecnos.

Anduiza, E., Crespo, I., y Méndez, M. (2009): *Metodología de la ciencia política*. Cuadernos Metodológicos N.º 28, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Arendt, H. (1997): *¿Qué es la política?*, Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.

Arias, Ó. (1987): *Grupos de presión en Costa Rica*. San José: Editorial Costa Rica.

Bartolini, S. (1988): “Metodología de la investigación política” en *Manual de Ciencia Política*, G. Pasquino (Comp.), Madrid: Alianza Editorial.

Bassets, L. (2013): *El último que apague la luz. Sobre la extinción del periodismo*. Madrid: Editorial Taurus.

Bejarano, G. (2012): *Sin derecho a la ley*, San José: autoedición.

Benavides, D. (2008): “Los medios de comunicación en la actual coyuntura. La necesidad de rectificar” en *Revista Pensar la Publicidad*, núm. 2(1), pág. 79-92.

Berger, P., y Luckmann, T. (2011): *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires: Amorrortu Editores.

Bethell, L. (Ed.) (2001): *Historia de América Latina. América Central desde 1930*, Tomo 14, Cambridge University Press, Barcelona: Editorial Crítica.

Bilakovics, S. (2012): *Democracy without politics*, Cambridge, Massachusetts and London: Harvard University Press.

Bourdieu, P. (1997): *Sobre la televisión*, Barcelona: Editorial Anagrama.

Boza, G. (2009): “Apuntes para un debate sobre el papel de los medios de información en el contexto sociopolítico” en *¿Hacia dónde va Costa Rica? Sistema político y escenarios de gobernabilidad democrática para la próxima década (2010-2020)*, Ordóñez, J. (Ed.), San José: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Konrad Adenauer Stiftung e Instituto Centroamericano de Gobernabilidad.



- Bradlee, B. (2000): *La vida de un periodista, Madrid: Ediciones El País.*
- Brenes, E. (2013): “*Interviews as confrontation. El nuevo entrevistador televisivo*” en *Imagen social y medios de comunicación*, Fuentes, C. (Coord.), Madrid: Arco/Libros, S.L.
- Brenes, D. (2011): “Cambios sin reforma: Sistema de Partidos y Barrera Electoral en Costa Rica (1953-2010)” en *Revista Centroamericana de Ciencias Sociales*, núm. VIII (1), pág. 5-35.
- Brenes, R. (1980): “*El político*” en *El pensamiento contemporáneo costarricense. El pensamiento neoliberal*, Biblioteca Patria n° 18, Rodríguez, E. (Comp.), San José: Editorial Costa Rica.
- Bueno, G. (2007): “Sobre las élites de periodistas en la democracia coronada” en *El Catoblepas. Revista crítica del presente*, núm. 68. Consultado el 10 de enero de 2012, <http://www.nodulo.org/ec/2007/n068p02.htm>.
- Canel, M., Rodríguez, R., y Sánchez, J. (2000): *Opiniones y actitudes. Periodistas al descubierto. Retrato de los profesionales de la información*, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Cañas, A. (2006): *80 años no es nada*, San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica.
- Calsamiglia, H. y Tusón, A. (2012): *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*, Barcelona: Editorial Ariel.
- Carazo, C. (2000): “*Medios y campañas políticas: una relación simbiótica*” en Vega, P. (Comp.) *Comunicación, política e identidad*, San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica.
- Carazo, C. (2003): “La verdadera responsabilidad de los medios en relación con el desencanto político” en *Revista Parlamentaria*, núm. 11 (3), pág. 45-58.
- Carazo, C. (2015): *Periodistas y salas de redacción en Costa Rica frente a los retos del siglo XXI*, San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica.
- Carballo, P (2013): “*Representaciones de y desde las élites político-empresariales costarricenses. Estudio a partir de los medios de comunicación político-empresariales*”

en Cuaderno de Ciencias Sociales n° 161, San José: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.

Casals, X. (2013): *El pueblo contra el parlamento: el nuevo populismo en España, 1989-2013*, Barcelona: Ediciones de Pasado y Presente.

Castells, M. (2003): *La era de la información. Vol. 2 El poder de la identidad*, Madrid: Alianza Editorial.

Castells, M. (2009): *Comunicación y Poder*, Madrid: Alianza Editorial.

Cebrián, J. L. (1985): *Crónicas de mi país*, Madrid: Ediciones El País.

Cebrián, J. L. (2009): *El pianista en el burdel*, Barcelona: Galaxia Gutenberg.

Claeys, G. (1989): *Citizens and saints. Politics and anti-politics in early British socialism*, Cambridge: Cambridge University Press.

Claeys, G. (2011): *Utopía: Historia de una idea*, Madrid: Ediciones Siruela.

Colomer, J. (2015). *El gobierno mundial de los expertos*, Barcelona: Anagrama.

Cohn, N. (2015): *En pos del milenio. Revolucionarios milenaristas y anarquistas místicos de la Edad Media*, La Rioja: Pepitas de calabaza.

Corbetta, P. (2007): *Metodología y técnicas de investigación social*, Madrid: McGRAW-HILL.

Cotarelo, R. (2012): “*La dialéctica de lo público, lo privado y lo secreto en la ciberpolítica*” en *La comunicación política y las nuevas tecnologías*, Crespo, I. y Cotarelo, E. (Comp.), Madrid: Libros de la Catarata.

Crick, B. (2001): *En defensa de la política*, Barcelona: Tusquets Editores.

Dahlgren, P. (2010): “Trazando la evolución del periodismo: El horizonte de la democracia” [versión electrónica] en *Iberoamerican Communication Review*, núm.2, pág. 21-38.

De Moragas, M. (2011): *Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa*, Barcelona: Gedisa Editorial.

Del Águila, R. (2000): *La senda del mal. Política y razón de Estado*, Madrid: Taurus.

Del Águila, R (2002). *¿De nuevo el fin de las ideologías?* en Las ideas políticas en el siglo XXI, Antón, J. (Coord.), Barcelona: Editorial Ariel.

Del Águila, R. (2008): *Crítica de las ideologías. El peligro de los ideales*, Madrid: Taurus.

Delhom, J. y Attala, D. (Drs.) (2014): *Cuando los anarquistas citaban la Biblia. Entre mesianismo y propaganda*, Madrid: Los libros de la Catarata.

Del Rey Morató, J. (1998): *El naufragio del periodismo en la era de la televisión. La industria del infoentretenimiento: De Aristóteles a Walt Disney*, Madrid: Editorial Fragua.

Del Rey Morató, J. (2007): *Comunicación política, internet y campañas electorales: de la teledemocracia a la ciberdemocracia*, Madrid: Editorial Tecnos.

Diezhandino, M. P., Bezunartea, O., y Coca, C. (1994): *La Élite de los periodistas*, Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

Entman, R. (2012): *Scandal and silence. Media responses to presidential misconduct*, Cambridge: Polity Press.

Ferguson, J. (1994): *The Anti-Politics machine. "Development", Depoliticization, and Bureaucratic Power in Lesotho*, Minneapolis: University of Minnesota Press.

Flinders, M. (2012): *Defending politics. Why democracy matters in the twenty-first century*, Oxford: Oxford University Press.

Fonseca, E. (2001): *Periodismo: pasión y razón. 21 testimonios sobre el momento y el futuro del oficio*, San José: Grupo Nación.

Fonseca, E. (2006): *Los mejores reporteros*, San José: Editorial Costa Rica.

Gabilondo, I. (2011): *El fin de una época. Sobre el oficio de contar cosas*, Barcelona: Barril y Barral Editores.

Galindo, A. (2015): *Pensamiento impolítico contemporáneo*, Madrid: Ediciones Sequitur.

Galli, C. (2013): *El malestar de la democracia*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Gandour, R. (2016): "Study: Decline of traditional media feeds polarization" en *Columbia Journalism Review*. Consultado el 5 de octubre de 2016,

[http://www.cjr.org/analysis/media\\_polarization\\_journalism.php?utm\\_content=bufferd5841&utm\\_medium=social&utm\\_source=facebook.com&utm\\_campaign=buffer](http://www.cjr.org/analysis/media_polarization_journalism.php?utm_content=bufferd5841&utm_medium=social&utm_source=facebook.com&utm_campaign=buffer)

Garnier, L., y Blanco, L. (2010): *Costa Rica, un país subdesarrollado casi exitoso*, San José: Uruk Editores.

Goldfarb, J. C. (1998): *Civility and Subversion. The intellectual in democratic society*, Cambridge: Cambridge University Press.

González, S. (2009). “Anarquismo” en Diccionario Crítico de Ciencias Sociales. Terminología Científico-Social, Tomo 1, Reyes, R. (Dir.), Madrid y México DF: Editorial Plaza y Valdés.

González, T. (2014): “La libertad de opinión y el honor de los políticos” en *Revista Cuadernos de Periodistas*, núm. 28, pág. 105-109.

Grossi, G. (2007): *La opinión pública. Teoría del campo demoscópico*, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Gutiérrez-Rubí, A. (2011): *La política vigilada. La comunicación política en la era de WikiLeaks*, Barcelona: Editorial UOC.

Habermas, J. (2004): *Historia y crítica de la opinion pública. La transformación estructural de la vida pública*, Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Hallin, D. (1994): *We Keep America on Top of the World: Television Journalism and the Public Sphere*, Londres: Routledge.

Hallin, D. y Mancini, P. (2008): *Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*, Barcelona: Editorial Hacer.

Hermet, G. (2001): “Del populismo de los antiguos al populismo de los modernos” en *Del populismo de los antiguos al populismo de los modernos*, Hermet, G., Loaeza, S., Prud’homme, J. (Comps.), México DF: Colegio de México.

Hermet, G. (2008): *El invierno de la democracia. Auge y decadencia del gobierno del pueblo*, Barcelona: Los libros del lince.

Hubard, J (2014): “El retraso perpetuo de las democracia” en *Revista Letras Libres*, consultado el 1.º de agosto de 2015, <http://www.letraslibres.com/blogs/blog-de-la-redaccion/el-retraso-perpetuo-de-las-democracias?page=full>

Ignazi, P. (1992): “The silent counter-revolution: hypotheses on the emergence of extreme right-wing parties in Europe” en *European Journal of Political Research*, núm. 22, pág. 3-34.

Innerarity, D. (2002): *La transformación de la política*, Barcelona: Ediciones Península – Ayuntamiento de Bilbao.

Innerarity, D. (2015): *La política en tiempos de indignación*, Barcelona: Galaxia Gutenberg.

Jeambar, D. y Roucaute, Y. (1990): *Elogio de la traición. Sobre el arte de gobernar por medio de la negación*, Barcelona: Gedisa Editorial.

Kaplan, N. (2004): “Nuevos desarrollos en el estudio de la evaluación en el lenguaje: la Teoría de la Valoración” en *Boletín de Lingüística*, núm. 22, pág. 52-78.

Loveman, B. y Davies, T. (1997): *The Politics of Antipolitics: The Military in Latin America*, Oxford: SR Books.

Mair, P. (2013): *Gobernando el vacío. La banalización de la democracia occidental*. Madrid: Alianza Editorial.

Manin, B. (1998): *Los principios del gobierno representativo*, Madrid: Alianza Editorial.

Maravall, J. M. (2003): *El control de los políticos*, Madrid: Taurus.

Maravall, J. M. (2008): *La confrontación política*, Madrid: Taurus.

Maravall, J. M. (2013): *Las promesas políticas*, Barcelona: Galaxia Gutenberg.

Martin, J. R. (n/d): *Un recorrido por la teoría de la valoración* (traducción de Elsa Ghio), consultado el 20 de octubre de 2015, <http://www.grammatics.com/appraisal/SpanishTranslation-AppraisalOutline.pdf>

Martin, J. R., y White, P. R. (2005): *The language of evaluation. Appraisal in English*, New York: Palgrave Macmillan.

Mastrini, G. y Becerra, M. (Dirs.) (2006): *Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*, Buenos Aires: Prometeo Libros.

Mastrini, G. y Becerra, M. (Dir.) (2009): *Los monopolios de la verdad. Descifrando la estructura y concentración de los medios en Centroamérica y República Dominicana*, Buenos Aires: Prometeo Libros.

Mastropaolo, A. (2005): *Antipolítica, la mucca pazza della democrazia. Nuove destre, populismo, antipolítica*, Turín: Bollati Boringhieri.

Mayer, N. (2001): “*Los campeones de las extremas derechas europeas*” en *Del populismo de los antiguos al populismo de los modernos*, Hermet, G., Loaeza, S., Prud’homme, J. (Comps.), México DF: Colegio de México.

Mayorga, R. A. (1995): *Antipolítica y neopopulismo*, La Paz: Centro Boliviano de Estudios Multidisciplinarios.

Mazzoleni, G. (2010): *La Comunicación Política*, Madrid: Alianza Editorial.

McQuail, D. (1998): *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*, Buenos Aires: Amorrortu editores.

Minc, A. (2012): *Una historia política de los intelectuales*, Barcelona: Duomo Ediciones.

Mora, S., Solís, M. y Soto, L. D. (2014). “Entre el apoyo a la democracia y el autoritarismo en Costa Rica” en *Anuario de Estudios Centroamericanos*, núm. 40, pág. 37-60.

Morales, C. (2006): *Los hechizados del siglo XXI*, San José: Editorial Prisma.

Manheim, J. y Rich, R. (1988): *Análisis Político empírico. Métodos de investigación en ciencia política*, Madrid: Alianza Editorial.

Martín, M. A. y Ruiz, J. A. (2009): *La comunicación persuasiva*, en *La nueva comunicación*, Lucas, A. (Ed.), Madrid: Editorial Trotta.

Mouchon, J. (1998): *Política y medios. Los poderes bajo influencia*, Barcelona: Gedisa.

Mouffe, C. (1999): *El retorno de lo político: Comunidad, ciudadanía, pluralismo, democracia radical*, Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.

Mouffe, C. (2012): *La paradoja democrática. El peligro del consenso en la política contemporánea*, Barcelona: Editorial Gedisa.

Muñoz, A. (1988): “Políticos y periodistas: entre la desconfianza y la cooperación” [versión electrónica] en *Revista Cuenta y Razón*, núm. 34, pág. 47-54.

Naím, M. (2013): *El fin del poder*, Barcelona: Debate.

Nohlen, D. (2011): “El contexto en el análisis politológico” en *Revista Intersticios Sociales*, núm. 2, pág. 1-20.

Norris, P. (2000): *A virtuous circle. Political communications in postindustrial societies*, Cambridge: Cambridge University Press.

Norris, P. (2009): *Derecha radical: Votantes y partidos políticos en el mercado electoral*, Madrid: Ediciones Akal.

Ortega, F. y Humanes, M. L. (2000): *Algo más que periodistas: Sociología de una profesión*, Barcelona: Editorial Ariel.

Ortega, F. (2003): “Una simbiosis compleja: Políticos y periodistas” [versión electrónica] en Telos, *Cuadernos de Comunicación e Innovación*, núm. 54.

Ortega, F. (Coord.) (2006): *Periodismo sin información*, Madrid: Editorial Tecnos.

Ortega, F. (2007): “El caudillismo periodístico” en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, núm. 201, pág. 55-82.

Ortega, F. (2011): *La Política Mediatizada*, Madrid: Alianza Editorial.

Ortega y Gasset, J. (1974): *Mirabeau o el político. Contreras o el aventurero*, Madrid: Ediciones de la Revista de Occidente.

Ortega y Gasset, J. (2008): *La rebelión de las masas*, Madrid: Editorial Tecnos.

Ortega y Gasset, J. (2014): *España invertebrada y otros ensayos*, Madrid: Alianza Editorial.

Páez, R. (2008): “Figuras de la antipolítica en Carl Schmitt” [versión electrónica] en *Revista de Filosofía Kriterion*, núm. 49(118), pág. 379-400.

Peña, J. (2010): “La sociedad civil” en *Teoría política: poder, moral, democracia*, Arteta, A., Guitián, E. y Máiz, R. (Eds.), Madrid: Alianza Editorial.

Pereira, M. (2000): “La crisis de confianza en la política y sus instituciones: los medios y la legitimidad de la democracia en Brasil” en *Revista de Ciencias Sociales América Latina Hoy*, núm. 25, pág. 23-33.

Pérez, M. (1989): “*Democracia, libertad de expresión y medios de comunicación en Costa Rica*” en Costa Rica. La democracia inconclusa, Rojas, M. et al. (Eds.), San José: Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad de Costa Rica.

Pérez, M. (1997): *La prensa costarricense al ritmo del mundo: el reto continúa*, San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica.

Pisarello, G. (2011): *Un largo Termidor. La ofensiva del constitucionalismo antidemocrático*, Madrid: Editorial Trotta.

Pradera, J. (2014): *Corrupción y política. Los costes de la democracia*, Barcelona: Galaxia Gutenberg.

Przeworski, A. (2010): *Democracy and the limits of Self-Government*, New York: Cambridge University Press.

Pulitzer, J. (2011): *Sobre el periodismo*, Madrid: Gallo Nero Ediciones.

Ramírez, O. (2010): *Comportamiento del electorado costarricense. Elecciones del 2006*, San José: Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad de Costa Rica.

Randall, D. (2008): *El periodista universal*, Madrid: Siglo XXI Editores.

Raventós, C., Fournier, M. V., Fernández, D., y Alfaro, R. (2012): *Respuestas ciudadanas ante el malestar con la política: Salida, voz y lealtad*, San José: Instituto de Formación y Estudios en Democracia y Universidad de Costa Rica.

Revelli, M. (2015): *Posizquierda. ¿Qué queda de la política en el mundo globalizado?*, Madrid: Editorial Trotta.

Robles, F. y Vooren, K. (2012): “Los dueños de la palabra en Costa Rica en un contexto de reforma neoliberal” en *Revista Rupturas*, núm. 1(2), consultado el 21 de octubre de 2012, <http://investiga.uned.ac.cr/rupturas/images/articulos/vol1/num2/palrefneolib.pdf>

Rodríguez, F. (Edit.) (2013): *Costa Rica: ¿Quién decide? Elecciones, campañas y sociedad 1994-2010*, San José: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.



Rodríguez, M. A. (2006): *Di la cara. Una batalla por el Estado de Derecho*, Bogotá: Editorial Planeta.

Rosanvallon, P. (2006): *El capitalismo utópico. Historia de la idea de mercado*, Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.

Rosanvallon, P. (2007): *La Contrademocracia: La política en la era de la desconfianza*, Buenos Aires: Ediciones Manantial.

Rousseau, J. J. (2007): *El contrato social o Principios de derecho político*, Madrid: Editorial Tecnos.

Salom, A. (2009): *Élites políticas y descentralización en Costa Rica*, San José: Fundación para el desarrollo local y fortalecimiento municipal e institucional de Centroamérica y el Caribe.

Sánchez, F. (2007): *Partidos políticos, elecciones y lealtades partidarias en Costa Rica: Erosión y cambio*, Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.

Sánchez, F. (2009): “*Cambio Electoral en Costa Rica: partidos políticos y conducta de los votantes*” en *¿Hacia dónde va Costa Rica? Sistema político y escenarios de gobernabilidad democrática para la próxima década (2010-2020)*, Ordóñez J. (Ed.), San José: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Konrad Adenauer Stiftung, Instituto Centroamericano de Gobernabilidad.

Santos, M. (2003): *El poder de la élite periodística*, Madrid: Editorial Fragua.

Santos, M. (2004): “Entre la exigencia ética y el periodismo de mercado. La credibilidad de los medios de referencia y la élite periodística” [versión electrónica] en *Telos: Cuadernos de Comunicación e Innovación*, núm. 61.

Santos, M. (2008): “La élite periodística francesa. Una mirada a la crisis de la credibilidad” en *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 110.

Sartori, G. (2002): *La Política. Lógica y método en las ciencias sociales*, México DF: Fondo de Cultura Económica.

Schedler, A. (1994): “Antipolitical Opposition: A Framework for Comparative Analysis” en *Vienna Dialogue on Democracy “The Politics of Antipolitics”*.

Schedler, A. (1996): “Anti-Political-Establishment Parties” en *Revista Party Politics*, núm. 2(3), pág. 291-312.

Schedler, A. (Ed.) (1997): *The End of Politics? Explorations into Modern Antipolitics*, Londres: Macmillan and St. Martin's Press.

Silesky, R. (1996): "Periodismo: víctima de la política costarricense" en *Revista Parlamentaria*, núm. 4(3), pág. 1103-1136.

Sojo, C. (2010): *Igualitarios. La construcción social de la desigualdad en Costa Rica*, San José: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.

Solís, M. (2006): *La institucionalidad ajena. Los años cuarenta y el fin de siglo*, San José: Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad de Costa Rica.

Taufic, Camilo (2012): *Periodismo y lucha de clases*, Madrid: Akal.

Thompson, J. (1998): *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Barcelona: Paidós editorial.

Thompson, J. (2001): *El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*, Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.

Todorov, T. (2012): *Los enemigos íntimos de la democracia*, Barcelona: Galaxia Gutenberg.

Tufró, M. (2007): "Apoliticismo y antipolítica en el reclamo por seguridad. Un acercamiento discursivo-comunicacional" en *Revista de Crítica Social Argumentos*, núm. 8, pág. 1-16.

Ulibarri, E. (1988): *Periodismo para nuestro tiempo. Informar e interpretar*, San José: Libro Libre.

Ulibarri, E. (2009a): "La decisión ciudadana. Prensa independiente y democracia" en *¿Hacia dónde va Costa Rica? Sistema político y escenarios de gobernabilidad democrática para la próxima década (2010-2020)*, Ordóñez, J. (Ed.), San José: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Konrad Adenauer Stiftung e Instituto Centroamericano de Gobernabilidad.

Ulibarri, E. (2009b): "La libertad de expresión en la Constitución de 1949: desarrollo de la jurisprudencia a partir del texto constitucional", en *Constitución y justicia constitucional*, San José: Poder Judicial de la República de Costa Rica.

Urcuyo, C. (1996a): "Asamblea Legislativa, medios y opinión pública" en *Revista Parlamentaria*, núm. 4(1), pág. 71-86.

Urcuyo, C. (1996b): “Viva la política” en *Revista Parlamentaria*, núm. 4(2), pág. 595-620.

Urcuyo, C. (2009): “¿Cambio de época, cambio de régimen?” en ¿Hacia dónde va Costa Rica? Sistema político y escenarios de gobernabilidad democrática para la próxima década (2010-2020), Ordóñez, J. (Ed.), San José: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Konrad Adenauer Stiftung e Instituto Centroamericano de Gobernabilidad.

Urcuyo, C. (2015): *Escritos*, San José: Uruk Editores.

Uriarte, E. (1998): “Intelectuales y periodistas contra políticos” en *Revista Claves de Razón Práctica*, núm. 86, pág. 66-71.

Uriarte, E. (2000): “La política y el poder de los medios” en *Leviatán: Revista de hechos e ideas*, núm. 80, pág. 5-30.

Uriarte, E. (2001): “La crisis de la imagen de la política y de los políticos y la responsabilidad de los medios de comunicación” en *Revista de Estudios Políticos (Nueva Época)*, núm. 111, pág. 45-64.

Vallès, J. y Ballart, X. (Eds.) (2012): *Política para apolíticos. Contra la dimisión de los ciudadanos*, Barcelona: Ariel.

Vallespín, F. (2012): *La mentira os hará libres. Realidad y ficción en la democracia*, Barcelona: Editorial Galaxia Gutenberg.

Van Dijk, T. (1983): “Estructuras textuales de las noticias de prensa” en *Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura*, núm. 7/8, pág. 77-105.

Van Dijk, T. (1990): *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y comprensión de la información*, Barcelona: Editorial Paidós.

Van Dijk, T. (1996): “Análisis del discurso ideológico” en *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, núm. 6, pág. 15-43.

Van Dijk, T. (1999): *Ideología. Una aproximación multidisciplinaria*, Barcelona: Editorial Gedisa.

Van Dijk, T. (Comp.) (2000a): *El discurso como estructura y proceso. Estudios sobre el discurso I: Una introducción multidisciplinaria*, Barcelona: Editorial Gedisa.

Van Dijk, T. (Comp.) (2000b): *El discurso como interacción social. Estudios sobre el discurso II: Una introducción multidisciplinaria*, Barcelona: Editorial Gedisa.

Van Dijk, T. (2002): “El conocimiento y las noticias” en *Quaderns de Filologia. Estudis de Comunicació*, vol. I, pág. 249-270.

Van Dijk, T. (2003): “La multidisciplinariedad del análisis crítico del discurso: un alegato en favor de la diversidad” en *Métodos de análisis crítico del discurso*, Wodak, R. y Meyer, M. (Comps.), Barcelona: Gedisa editorial.

Van Dijk, T. (2006): “Discurso y manipulación: Discusión teórica y algunas aplicaciones” en *Revista Signos*, núm. 39(60), pág. 49-74.

Van Dijk, T. (2011): *Sociedad y discurso. Cómo influyen los contextos sociales sobre el texto y la conversación*, Barcelona: Editorial Gedisa.

Van Dijk, T. (2012): *Discurso y Contexto. Un enfoque sociocognitivo*, Barcelona: Editorial Gedisa.

Vargas Llosa, M. (2012): *La civilización del espectáculo*, Madrid: Alfaguara.

Villalobos, E. (n.d.): “El insólito regalo de frecuencias de radio y televisión al sector privado”, consultado el 9 de febrero de 2013, [http://www.vinv.ucr.ac.cr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=490:el-insolito-regalo-de-frecuencias-de-radio-y-television-al-sector-privado&catid=20&Itemid=112](http://www.vinv.ucr.ac.cr/index.php?option=com_content&view=article&id=490:el-insolito-regalo-de-frecuencias-de-radio-y-television-al-sector-privado&catid=20&Itemid=112)

Waisbord, S. (2014): *Vox Populista. Medios, periodismo, democracia*, España: Gedisa Editorial.

Walzer, M. (2008): *La revolución de los santos. Estudio sobre los orígenes de la política radical*, Buenos Aires: Katz Editores.

Warren, M. (2010): “¿Qué es la política?” en *Teoría política: poder, moral, democracia*, Arteta, A., Guitián, E. y Máiz, R. (Eds.), Madrid: Alianza Editorial.

Weber, M. (1992): “Max Weber: Para una sociología de la prensa” en *Revista Reis*, núm. 57/92, pág. 251-259.

Weber, M. (2007): *La política como profesión*, Madrid: Editorial Biblioteca Nueva.

Weltman, D., y Billig., M. (2001): “The Political Psychology of Contemporary Anti-Politics: A Discursive Approach to the End-of-Ideology Era” en *Revista Political Psychology*, núm. 22(2), pág. 367-382.

Zapata-Barrero, R. y Sánchez-Montijano, E. (2011): *Manual de Investigación Cualitativa en la Ciencia Política*, Madrid: Editorial Tecnos.

## OTRAS FUENTES DE CONSULTA

Barómetro de las Américas de la Universidad de Vanderbilt (LAPOP). Alfaro, R. (2010): *Cultura política de la democracia en Costa Rica, 2010: Consolidación democrática en las Américas en tiempos difíciles*. En Seligson, M (Ed.). Obtenida el 11 de mayo de 2016, de: <http://www.vanderbilt.edu/lapop/cr/2010-culturapolitica2.pdf>

Barómetro de las Américas de la Universidad de Vanderbilt (LAPOP). Alfaro, R. (2012): *Cultura política de la democracia en Costa Rica, 2012: La erosión de los pilares de la estabilidad política*. En Seligson, M (Ed.). Obtenida el 11 de mayo de 2016, de: [http://www.vanderbilt.edu/lapop/cr/Costa\\_Rica\\_Country\\_Report\\_2012\\_Reduced\\_W.pdf](http://www.vanderbilt.edu/lapop/cr/Costa_Rica_Country_Report_2012_Reduced_W.pdf)

Barómetro de las Américas de la Universidad de Vanderbilt (LAPOP). Alfaro, R. (2014): *Cultura política de la democracia en Costa Rica y en las Américas, 2014: Gobernabilidad democrática a través de 10 años del barómetro de las Américas*. En Seligson, M (Ed.). Obtenida el 11 de mayo de 2016, de: [http://www.vanderbilt.edu/lapop/cr/AB2014\\_Costa\\_Rica\\_Country\\_Report\\_W.pdf](http://www.vanderbilt.edu/lapop/cr/AB2014_Costa_Rica_Country_Report_W.pdf)

Cambronero, C. (2010): *Otto Guevara: la prensa debe tener libertad irrestricta*. Obtenida el 3 de mayo de 2015, de: <http://fusildechispas.com/2010/01/otto-guevara-la-prensa-debe-tener-libertad-irrestricta/>

Centro de Investigación y Estudios Políticos de la Universidad de Costa Rica (CIEP). Rojas, M (2012): *Encuesta de opinión octubre-noviembre 2012*. Obtenida el 11 de mayo de 2016, de: <http://www.ciep.ucr.ac.cr/index.php/publicaciones/estudios-opinion/>

Centro de Investigación y Estudios Políticos de la Universidad de Costa Rica (CIEP). Cortés, A (2013): *Informe de la encuesta abril 2013. Estudios de opinión sociopolítica*. Obtenida el 11 de mayo de 2016, de: <http://www.ciep.ucr.ac.cr/index.php/publicaciones/estudios-opinion/>

Centro de Investigación y Estudios Políticos de la Universidad de Costa Rica (CIEP). Cortés, A (2013): *Informe de la encuesta agosto 2013. Estudios de opinión sociopolítica*. Obtenida el 11 de mayo de 2016, de: <http://www.ciep.ucr.ac.cr/index.php/publicaciones/estudios-opinion/>

Centro de Investigación y Estudios Políticos de la Universidad de Costa Rica (CIEP). Cortés, A (2013): *Informe de la encuesta noviembre 2013. Estudios de opinión sociopolítica*. Obtenida el 11 de mayo de 2016, de: <http://www.ciep.ucr.ac.cr/index.php/publicaciones/estudios-opinion/>

Centro de Investigación y Estudios Políticos de la Universidad de Costa Rica (CIEP). Pignataro, A (2014): *Informe de la encuesta enero 2014. Estudios de opinión sociopolítica*. Obtenida el 11 de mayo de 2016, de: <http://www.ciep.ucr.ac.cr/index.php/publicaciones/estudios-opinion/>

Centro de Investigación y Estudios Políticos de la Universidad de Costa Rica (CIEP). Pignataro, A (2014): *Informe encuesta sociopolítica julio 2014*. Obtenida el 11 de mayo de 2016, de: <http://www.ciep.ucr.ac.cr/index.php/publicaciones/estudios-opinion/>

Centro de Investigación y Estudios Políticos de la Universidad de Costa Rica (CIEP). Pignataro, A (2014): *Informe encuesta sociopolítica noviembre 2014*. Obtenida el 11 de mayo de 2016, de: <http://www.ciep.ucr.ac.cr/index.php/publicaciones/estudios-opinion/>

Centro de Investigación y Estudios Políticos de la Universidad de Costa Rica (CIEP). Pignataro, A (2015): *Encuesta de opinión abril 2015. Informe de resultados*. Obtenida el 11 de mayo de 2016, de: <http://www.ciep.ucr.ac.cr/index.php/publicaciones/estudios-opinion/>

Centro de Investigación y Estudios Políticos de la Universidad de Costa Rica (CIEP). Pignataro, A (2015): *Encuesta de opinión agosto 2015. Informe de resultados*. Obtenida el 11 de mayo de 2016, de: <http://www.ciep.ucr.ac.cr/index.php/publicaciones/estudios-opinion/>

Centro de Investigación y Estudios Políticos de la Universidad de Costa Rica (CIEP). Pignataro, A (2015): *Encuesta de opinión noviembre 2015. Informe de resultados*. Obtenida el 11 de mayo de 2016, de: <http://www.ciep.ucr.ac.cr/index.php/publicaciones/estudios-opinion/>

Centro de Investigación y Estudios Políticos de la Universidad de Costa Rica (CIEP). Pignataro, A (2016): *Encuesta de opinión abril 2016. Informe de resultados*. Obtenida el 18 de mayo de 2016, de: <http://www.ciep.ucr.ac.cr/index.php/publicaciones/estudios-opinion/>

<file:///C:/Users/Gustavo/Downloads/Informe%20encuesta%20de%20abril%202016%20CIEP-Semanario-ECP%20con%20cuestionario.pdf>

Corporación Latinobarómetro (2011): *Informe 2011*. Santiago, Chile: Corporación Latinobarómetro. Obtenido el 03 de febrero de 2013, de <http://www.latinobarometro.org/latino/LATContenidos.jsp>.

Radio Televisión Española (2014): *La libertad de prensa retrocede en el mundo, según el informe anual de RSF*. Obtenida el 10 de mayo de 2016, de: <http://www.rtve.es/noticias/20150212/libertad-prensa-retrocede-todo-mundo-segun-informe-anual-reporteros-sin-fronteras/1097901.shtml>

Reporteros sin Fronteras. (2011): *Informe anual. La libertad de información en el mundo 2011*. Obtenida el 10 de mayo de 2016, de: [file:///C:/Users/Gustavo/Downloads/2011\\_INFORME\\_ANUAL.pdf](file:///C:/Users/Gustavo/Downloads/2011_INFORME_ANUAL.pdf)

Reporteros sin Fronteras. (2012): *Informe anual. La libertad de información en el mundo 2012*. Obtenida el 10 de mayo de 2016, de: [file:///C:/Users/Gustavo/Downloads/2012\\_INFORME\\_ANUAL\\_RS.F.pdf](file:///C:/Users/Gustavo/Downloads/2012_INFORME_ANUAL_RS.F.pdf)

Reporteros sin Fronteras. (2013): *Informe anual. La libertad de información en el mundo 2013*. Obtenida el 10 de mayo de 2016, de: [file:///C:/Users/Gustavo/Downloads/2013\\_INFORME\\_ANUAL\\_RS.F.pdf](file:///C:/Users/Gustavo/Downloads/2013_INFORME_ANUAL_RS.F.pdf)

Reporteros sin Fronteras. (2015): *Informe anual. La libertad de información en el mundo 2015*. Obtenida el 10 de mayo de 2016, de: [file:///C:/Users/Gustavo/Downloads/RSF\\_INFORME\\_ANUAL\\_2015.pdf.pdf](file:///C:/Users/Gustavo/Downloads/RSF_INFORME_ANUAL_2015.pdf.pdf)

Segnini, G. (2014): *El presente futuro del periodismo*. Conferencia dictada durante el lanzamiento de la segunda edición del premio Gabriel García Márquez de periodismo, Universidad Javeriana, Bogotá. Obtenida de: <https://vimeo.com/88889687>





## **LISTA DE ANEXOS**

Debido a la voluminosidad de los anexos, que además de 16 archivos de video y 42 archivos de audio, incluyen 552 páginas dedicadas a los análisis de textos, estos no se reproducen en este documento en papel, sino solamente en versión digital disponible en el CD adjunto. El contenido detallado de este dispositivo de almacenamiento es el siguiente:

### **Análisis de textos.**

#### Editoriales Telenoticias:

- Análisis Editorial 1.
- Análisis Editorial 2.
- Análisis Editorial 3.
- Análisis Editorial 4.
- Análisis Editorial 5.
- Análisis Editorial 6.
- Análisis Editorial 7.
- Análisis Editorial 8.
- Análisis Editorial 9.
- Análisis Editorial 10.
- Análisis Editorial 11.
- Análisis Editorial 12.
- Análisis Editorial 13.
- Análisis Editorial 14.
- Análisis Editorial 15.

#### Videos:

2011:

- “A trabajar carajo” (24-11-11).
- “Carretera a Caldera definitivamente no” (3-03-11).

- “Ingobernabilidad, pretexto de los mediocres” (10-08-11).
- “Los puentes peatonales en la ruta a Caldera” (10-02-11).

2012:

- “Dejen de pasarse la bola” (12-01-12).
- “José Merino, un hombre ejemplar” (9-10-12).
- “Me declaro ciudadana de segunda” (1-6-12).
- “Otra pifia del gobierno I” (29-03-12).
- “Otra pifia del gobierno II” (29-03-12).
- “Siempre listos para la foto” (21-03-12).
- “Solo tres palabras” (03-04-12).

2013:

- “Don Justo, las querellas se presenta no se anuncian” (15-08-13).
- “No más cuentos chinos” (20-06-13).
- “Señora Presidenta, abra los ojos” (11-04-13).

2014:

- “Sentencia histórica” (22-03-14).

2015:

- “Del FIA al fiasco” (27-04-15).

#### Espionaje a periodistas:

Análisis noticia 1.

Análisis noticia 2.

Análisis noticia 3.

Análisis noticia 4.

Análisis noticia 5.

Análisis noticia 6.

Análisis noticia 7.

Análisis noticia 8.

Análisis noticia 9.

Análisis noticia 10.

### Ley Mordaza:

Análisis noticia 1.

Análisis noticia 2.

Análisis noticia 3.

Análisis noticia 4.

Análisis noticia 5.

Análisis noticia 6.

Análisis noticia 7.

Análisis noticia 8.

Análisis noticia 9.

Análisis noticia 10.

### Matrices de análisis:

Matriz análisis TN7.

Matriz análisis espionaje.

Matriz análisis mordaza.

Sobre el universo y la muestra.

Estudio MW de la empresa Kantar Ibope Media.

### **Entrevistas.**

Entrevistados (audios, guiones y fotografías).

-Álvaro Murillo Murillo (03-02-15): Periodista especializado en Política en el periódico La Nación 2005-2015 y en el Semanario Universidad 2015-2016. Colaborador del diario El País, España. Profesor de Periodismo en la Universidad de Costa Rica.

-Any Pérez Cortés (21-05-14): Periodista en las revistas Dominical -cultural- y Rumbo – política- del Grupo Nación 1990-2013, Directora de la plataforma web Ojo al Voto 2013-2014, y premio nacional de periodismo “Pío Víquez” 1993, del Ministerio de Cultura, siendo la ganadora más joven de ese premio con 28 años.

-Boris Ramírez Vega (01-02-15): Director de Prensa de Casa Presidencial 2014-2016, periodista radiofónico -Hablando Claro de Radio Columbia y Radio Monumental-, de prensa escrita -La República y Revista Rumbo de La Nación- y televisivo -Noticias Repretel de Canal 6- (Partido Acción Ciudadana).

-Carlos Morales Castro (22-05-14): Periodista La Nación 1967-1975, La República 1976, Director del Semanario Universidad 1976-1995 y 2001-2002, Director de Radio Universidad 1995-2000 y corresponsal de Radio Habana, Cuba 2003-2006, además de Premio Nacional de Periodismo Pío Víquez 1985 del Ministerio de Cultura.

-Carlos Roverssi Rojas (14-05-14): Ministro de Comunicación 2013-2014 y Vicecanciller de la República 2010-2013 (Partido Liberación Nacional).

-Constantino Urcuyo Fournier (18-04-15): Director Académico del Centro de Investigación y Adiestramiento Político Administrativo, Doctor en Sociología Política por la Universidad de París y Diputado 1994-1998.

-Eduardo Ulibarri Bilbao (05-05-15): Director del periódico La Nación 1982-2003. Embajador de Costa Rica ante las Naciones Unidas 2010-2014. Máster en periodismo por la Universidad de Missouri-Columbia.

-Félix Ortega Gutiérrez (29-01-13): Catedrático de Sociología en la Universidad Complutense de Madrid.

-Fernando Vallespín Oña (18-01-13) Catedrático de Ciencia Política y de la Administración en la Universidad Autónoma de Madrid.

-Francisco Robles Rivera (27-01-15): Profesor de la Escuela de Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica, Máster en Estudios Latinoamericanos por la Universidad Nacional de Costa Rica y candidato a Doctor por la Universidad Libre de Berlín. Estudia el rol de las élites y los medios de comunicación en América Central.

-Freddy Serrano Vargas (23-05-14): Director de Noticias de Canal 9 2011-2014, Director de Noticias de Univisión Laredo 2008-2010, periodista en Telenoticias de Canal 7 1999-2008 y también en CNN 2004-2008.

-Giannina Segnini Picado (22-09-14): Profesora de Periodismo de Investigación en la Escuela de Posgrado de Periodismo de la Universidad de Columbia, Nueva York, Editora de la Unidad de Investigación del periódico La Nación y periodista de investigación en ese medio 1994-2014, Premio Nacional de Periodismo Jorge Vargas Gené del Colegio de Periodistas -3 ocasiones-, Premio Ortega y Gasset de El País en la rama de periodismo escrito, categoría de mejor Trabajo de Investigación 2005 y Reconocimiento a la Excelencia Periodística de la Fundación García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano.

-Gilberto Lopes de Castro (11-02-15): Periodista del Semanario Universidad desde 1976. Ha trabajado con la Agencia de Prensa Francesa, la agencia china Xin Hua y la BBC de Londres. Premio Nacional de Periodismo “Pío Víquez” 1989 del Ministerio de Cultura.

-Guillermo Fernández Rojas (03-09-14): Jefe de Información del periódico La Nación, Ministro de Información 1990-1994, Director de Telenoticias 1996-1998. Fundador y Director del periódico Al Día. Máster en periodismo por la Oklahoma State University.

-Hugo Picado León (29-05-15): Director del Instituto de Formación y Estudios en Democracia. Doctor en Ciencia Política por la Universidad de Salamanca.

-Iary Gómez Quesada (08-05-15): Directora -y dueña- de Diario Extra.

-Ignacio Santos Pasamontes (23-05-14): Director de Telenoticias de Canal 7 1998-2016, Director de NC4 de Canal 4 1989-1998, premio “Jorge Vargas Gené”, del Colegio de Periodistas de Costa Rica en 1994 y premio nacional de periodismo “Pío Víquez”, del Ministerio de Cultura, en 1997.

-Joan Botella Corral (01-03-13): Catedrático de Ciencia Política de la Universidad Autónoma de Barcelona.

-Jorge Chavarría Guzmán (20-05-14): Fiscal General de la República 2010-2016.-Jorge Vargas Cullel (19-06-15 y 01-07-15): Director del Programa Estado de la Nación del Consejo Nacional de Rectores. Doctor en Ciencia Política por la Universidad de Notre Dame.

-José Manuel Arroyo Gutiérrez (12-05-14): Vicepresidente de la Corte Suprema de Justicia 2013-2016, Presidente de la Sala Penal 2005-2016 y Magistrado de la Sala Penal 2001-2016.

-José María Figueres Olsen (26-03-15): Presidente de la República de Costa Rica 1994-1998, Director Ejecutivo y Primer Consejero Delegado del Foro Económico Mundial 2000-2004, Presidente del Partido Liberación Nacional 2015-2016, Ministro de Comercio Exterior 1986-1987 y Ministro de Agricultura 1988-1990 (Partido Liberación Nacional).

-José María Villalta Flórez-Estrada (24-07-15): Candidato Presidencial 2014, Diputado 2010-2014 (Partido Frente Amplio).

-Laura Chinchilla Miranda (04-05-15): Presidenta de la República de Costa Rica 2010-2014, Vicepresidenta de la República 2006-2008, Ministra de Seguridad Pública 1996-1998, Diputada 2002-2006 (Partido Liberación Nacional).

-Leonardo Garnier Rímolo (24-01-15): Ministro de Educación 2006-2014, Ministro de Planificación 1994-1998, Vice-Ministro de Planificación 1989-1990, Columnista de La Nación 2001-2006 y de El Financiero 2016 (Partido Liberación Nacional).

-Luis Antonio Sobrado González (16-01-15): Presidente del Tribunal Supremo de Elecciones 2007-2016 y Magistrado del Tribunal Supremo de Elecciones 1999-2016.

-Luis Gerardo Villanueva Monge (19-05-14): Presidente de la Asamblea Legislativa 2010-2011, Diputado 1994-1998, 2002-2006, 2010-2014 (Partido Liberación Nacional).

-Manuel Alcántara Sáez (11-07-12): Catedrático de Ciencia Política y de la Administración de la Universidad de Salamanca. Doctor en Ciencia Política por la Universidad Complutense de Madrid.

-Manuel Solís Avendaño (30-04-14): Coordinador del Programa Cultura, instituciones y subjetividades del Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad de Costa Rica. Doctor en Filosofía y Ciencias Sociales por la Universidad Libre de Berlín. Premio Aquileo J. Echeverría en Historia.

-Marcela Villalobos Ramírez (23-05-14): Subdirectora de Diario Extra 2010-2014, periodista en Radio Monumental y Grupo Extra 2000-2006, Asesora de Comunicación para la Presidencia de la Asamblea Legislativa 2014-2016.

-María Santos Sainz (05-03-13): Profesora titular de Periodismo en el Institut de Journalisme Bordeaux Aquitaine, Universidad Michel de Montaigne de Burdeos. Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid.

-Mauricio Herrera Ulloa (16-05-14): Ministro de Comunicación 2015-2016, Director del Semanario Universidad 2013-2015, Coordinador de Prensa de la Relatoría para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos de la OEA 2010-2012, Periodista de La Nación 1992-2009 donde ganó los premios Ortega y Gasset de El País, Bartolomé Mitre de la Sociedad Interamericana de Prensa y el María Moors Cabot, de la Universidad de Columbia.

-Miguel Ángel Rodríguez Echeverría (12-05-14): Secretario General de la Organización de Estados Americanos 2004, Presidente de la República de Costa Rica 1998-2002, Presidente de la Asamblea Legislativa 1991-1992, Ministro de Planificación 1968-1969, Presidente de la Organización Demócrata Cristiana de América 1995 (Partido Unidad Social Cristiana).

-Nora Ruiz González (22-05-14): Directora de Noticias Columbia, Embajadora y Cónsul de Costa Rica en Suiza 1998-2003, periodista con 45 años de experiencia en Radio Monumental y en el periódico La Nación. Primera mujer directora de un medio de comunicación en Costa Rica.



-Óscar Arias Sánchez (19-05-14): Premio Nobel de la Paz 1987, Presidente de la República de Costa Rica 1986-1990, 2006-2010, Ministro de Planificación y Política Económica 1971-1978, Diputado 1978-1982 (Partido Liberación Nacional).

-Pablo Gámez Cersosimo (05-12-14): Editor jefe del Departamento para América Latina de Radio Nederland.

-Rafael Ángel Calderón Fournier (06-05-15): Presidente de la República de Costa Rica 1990-1994, Canciller de la República 1978-1980, Diputado 1974-1978 (Partido Unidad Social Cristiana).

-Roxana Zúñiga Quesada (18-09-14): Directora de Noticias Repretel 1996-2016, Directora de la Revista Rumbo, redactora y editora de La Nación y Premio Pío Víquez 1992 y 2005 del Colegio de Periodistas.

-Otto Guevara Guth (08-03-16): Candidato Presidencial 2002, 2006, 2010 y 2014, Presidente de la Red Liberal de América Latina 2006-2011 y Diputado 1998-2002, 2014-2018 (Partido Movimiento Libertario).

-Sergio Alfaro Salas (21-10-15): Ministro de la Presidencia<sup>364</sup> 2015-2016, Diputado 2007-2010 (Partido Acción Ciudadana).

-Vilma Ibarra Mata (22-05-14): Periodista, Directora del programa radiofónico Hablando Claro en el año 1983 en el desaparecido Radio periódicos Reloj. Trabajó también en Radio Sonora, Impacto, CRN y Monumental. En La Prensa Libre y en Telenoticias de Canal 7. Aunque se inició en el periodismo deportivo su gran pasión es la política. Por ello fue en cronista parlamentaria durante 11 años y ha cubierto 6 campañas electorales. Productora y conductora del Programa Hablando Claro de Radio Columbia. Columnista del Diario la República desde 1995. Fue Directora de Comunicación del Ministerio de Relaciones Exteriores de Costa Rica entre 1998 y 2002.

---

<sup>364</sup> Equivalente español al Ministro del Interior.

-Zarela Villanueva Monge (21-05-14): Presidenta de la Corte Suprema de Justicia 2013-2016 y Magistrada de la Sala II 1989-2016.